

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 1

# Volkswirt- schaft

## Zusammenfassung des Lehrbuchs

aus

MANIKIW, Nicholas Gregory, *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre*,  
SCHÄFFER-POESCHEL Verlag, Stuttgart, 1999

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 2

<b>1</b>	<b>EINFÜHRUNG</b>	<b>4</b>
<b>1.1</b>	<b>Kapitel 1: Die 10 volkswirtschaftlichen Regeln</b>	<b>4</b>
1.1.1	Inhalt	4
1.1.2	Zusammenfassung	6
1.1.3	Stichworte	6
<b>1.2</b>	<b>Kapitel 2: Volkswirtschaftliches Denken</b>	<b>7</b>
1.2.1	Der Ökonom als Wissenschaftler	7
1.2.1.1	Die wissenschaftliche Methode: Beobachtung, Theorie und erneute Beobachtung	7
1.2.1.1.1	Die Rolle der Annahme	7
1.2.1.2	Ökonomisches Modell	7
1.2.1.2.1	Das Kreislaufdiagramm	7
1.2.1.2.2	Die Produktionsmöglichkeitenkurve	8
1.2.1.3	Mikroökonomie und Makroökonomie	8
1.2.2	Der Ökonom als Wirtschaftspolitiker	9
1.2.2.1	Positive versus normative Aussagen	9
1.2.3	Warum Ökonomen uneins sind	9
1.2.4	Zusammenfassung	9
1.2.5	Stichworte	9
<b>1.3</b>	<b>Kapitel 3: Interdependenz und Handelsvorteile</b>	<b>10</b>
1.3.1	Ein Gleichnis für die moderne Volkswirtschaft	10
1.3.1.1	Produktionsmöglichkeiten	10
1.3.1.2	Spezialisierung und Handel	10
1.3.2	Die Regel vom komparativen Vorteil	11
1.3.3	Zusammenfassung	12
1.3.4	Stichworte	12
<b>2</b>	<b>ANGEBOT UND NACHFRAGE I: WIE MÄRKTE FUNKTIONIEREN</b>	<b>13</b>
<b>2.1</b>	<b>Kapitel 4: Die Marktkräfte von Angebot und Nachfrage</b>	<b>13</b>
2.1.1	Märkte und Wettbewerb	13
2.1.2	Nachfrage	13
2.1.3	Angebot	15
2.1.4	Angebot und Nachfrage zusammen	17
2.1.5	Zusammenfassung	18
2.1.6	Stichworte	18
<b>2.2</b>	<b>Kapitel 5: Elastizität und ihre Anwendungen</b>	<b>19</b>
2.2.1	Elastizität der Nachfrage	19
2.2.1.1	Preiselastizität der Nachfrage und ihre Bestimmungsgründe	19
2.2.1.2	Vielfalt der Nachfragekurve	19
2.2.1.3	Umsatz und Preiselastizität der Nachfrage	20
2.2.1.4	Einkommenselastizität der Nachfrage	21
2.2.2	Preiselastizität des Angebots	21
2.2.2.1	Preiselastizität des Angebots und ihre Bestimmungsgründe	21
2.2.2.2	Vielfalt der Angebotskurven	22
2.2.3	Drei Beispiele für Angebot, Nachfrage und Elastizität	22
2.2.3.1	Innovation in der Landwirtschaft	22
2.2.3.2	Warum gelang es der OPEC nicht, die Ölpreise hochzuhalten?	23
2.2.3.3	Wie verändern Verbote von Rauschgift die mit Rauschgift verbunden Kriminalität	23

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 3

2.2.4 Zusammenfassung	23
2.2.5 Stichworte	24
<b>2.3 Kapitel 6: Angebot und Nachfrage und wirtschaftspolitische Massnahmen</b>	<b>24</b>
2.3.1 Preiskontrollen	24
2.3.1.1 Höchstpreis, „price ceiling“	24
2.3.1.2 Mindestpreis, „price floor“	25
2.3.1.3 Fazit	25
2.3.2 Steuern	26
2.3.2.1 Eine Besteuerung von Käufern	26
2.3.2.2 Eine Besteuerung von Verkäufern	26
2.3.2.3 Fazit	26
2.3.2.4 Elastizität und Steuerindex	27
2.3.3 Zusammenfassung	27
2.3.4 Stichworte	27

### **3 ANGEBOT UND NACHFRAGE II: MÄRKTE UND WOHLSTAND** **28**

<b>3.1 Kapitel 7: Konsumenten, Produzenten und die Effizienz von Märkten</b>	<b>28</b>
3.1.1 Konsumentenrente	28
3.1.2 Produzentenrente	29
3.1.3 Markteffizienz	29
3.1.4 Zusammenfassung	30
3.1.5 Stichworte	31
<b>3.2 Kapitel 8: Anwendungen: Die Kosten der Besteuerung</b>	<b>31</b>
3.2.1 Nettowohlfahrtsverlust einer Steuer	31
3.2.2 Bestimmung des Nettowohlfahrtsverlustes	32
3.2.3 Nettowohlfahrtsverlust und Steueraufkommen bei variierendem Steuersatz	33
3.2.4 Zusammenfassung	33
3.2.5 Stichworte	33

### **4 EIN THEMA FÜR FORTGESCHRITTENE** **34**

<b>4.1 Kapitel 21: Die Theorie der Konsumentscheidungen</b>	<b>34</b>
4.1.1 Budgetbeschränkung – was der Konsument sich leisten kann	34
4.1.2 Präferenzen oder was der Konsument will	34
4.1.2.1 Darstellung von Präferenzen mit Hilfe der Indifferenzkurve	34
4.1.2.2 Vier Eigenschaften von Indifferenzkurven	35
4.1.2.3 Zwei extreme Beispiele	36
4.1.3 Optimierung: Was der Konsument wählt	37
4.1.3.1 Die bestmögliche Konsumentscheidung	37
4.1.3.2 Wie Einkommensänderungen die Entscheidung des Konsumenten beeinflusst	37
4.1.3.3 Wie Preisänderungen die Wahl des Konsumenten beeinflusst	38
4.1.3.4 Einkommens- und Substitutionseffekt	38
4.1.4 Vier Anwendungen	39
4.1.4.1 Giffen-Güter brechen das Gesetz der Nachfrage	39
4.1.4.2 Wie beeinflussen die Löhne das Arbeitsangebot?	39
4.1.4.3 Wie beeinflussen Zinsen die Sparentscheidungen eines Haushalts?	40
4.1.4.4 Erhalten Arme lieber Geld- oder Sachleistungen vom Staat?	41
4.1.5 Zusammenfassung	42
4.1.6 Stichworte	42

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 4

# 1 EINFÜHRUNG

## 1.1 Kapitel 1: Die 10 volkswirtschaftlichen Regeln

In der Volkswirtschaft muss eine Gesellschaft vielerlei Entscheidungen treffen. Ihre Entscheidungen und ihre kombinierten Aktivitäten bestimmen die Bewirtschaftung von Ressourcen.

Meist betreffen diese Entscheidungen die Verteilung der knappen Ressourcen gemäss den Bedürfnissen (→ Bedürfnisbefriedigung; Problem der Knappheit).

**Knappheit:** Die begrenzte Natur gesellschaftlicher Ressourcen.

**Volkswirtschaft:**

Die Wissenschaft von der Bewirtschaftung knapper gesellschaftlicher Ressourcen.

### 1.1.1 Inhalt

<b>Wie Menschen Entscheidungen treffen</b>	<b>Regel Nr. 1</b>	<i>Alle Menschen stehen vor abzuwägenden Alternativen.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Opportunitätskostenprinzip</li> <li>→ Rationales Denken des Individuums</li> <li>→ <u>Effizienz</u>: Eigenschaft einer Gesellschaft, soviel wie möglich aus ihren knappen Ressourcen herauszuholen.</li> <li>→ <u>Gerechtigkeit</u>: Eigenschaft einer Gesellschaft, die wirtschaftliche Wohlfahrt fair auf die Mitglieder zu verteilen.</li> <li>→ „Pareto-Kriterium“, „Hicks-Kaldor Kriterium“</li> </ul>
	<b>Regel Nr. 2</b>	<i>Die Kosten eines Gutes bestehen aus dem, was man für den Erwerb eines Gutes aufgibt.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Opportunitätskosten</u>: Was aufgegeben werden muss, um etwas anderes zu erlangen.</li> </ul>
	<b>Regel Nr. 3</b>	<i>Rational entscheidende Leute denken in Grenzbegriffen.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ <u>Marginale Veränderungen</u>: Abwandlungen eines bestehenden Aktionsplanes durch kleine Schritte.</li> <li>→ Ein rationaler Entscheidungsträger entscheidet sich dann und nur dann für eine bestimmte Aktion, wenn der Grenznutzen der Aktion die Grenzkosten übersteigt.</li> </ul>
	<b>Regel Nr. 4</b>	<i>Die Menschen reagieren auf Anreize.</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>→ Anreizsystem und die Politik: z.B. Gurtenobligatorium</li> <li>→ Mit Anreizen lässt sich das menschliche Verhalten steuern. Schwierig bleibt jedoch die Vorhersage dieses „neuen Verhaltens“.</li> <li>→ Menschen ändern ihr Verhalten nicht als Reaktion auf gegenwärtige Bedingungen der gleichen Periode, sondern wegen der <i>Erwartung künftiger Änderungen</i>.</li> </ul>

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 5**Wie Menschen zusammenwirken****Regel Nr. 5***Durch Handel kann es jedem besser gehen.*

- ➔ Handel ermöglicht es jedem, sich auf seine beste Befähigung zu spezialisieren.
- ➔ Dies bringt für alle eine grössere Vielfalt an Waren und Dienstleistungen zu niedrigeren Kosten.

**Regel Nr. 6***Märkte sind gewöhnlich gut für die Organisation des Wirtschaftslebens.*➔ Marktwirtschaft:

Eine Volkswirtschaft, die ihre Ressourcen durch die dezentralisierten Entscheidungen zahlreicher Unternehmungen und Haushalte zuteilt, die zu diesem Zweck auf Märkten für Güter und Produktionsfaktoren (Arbeit und Kapital) zusammenwirken. Geleitet wird die Marktwirtschaft durch die *unsichtbare Hand*.

➔ Preis:

Widerspiegelt den gesellschaftlichen Wert eines Gutes sowie die sozialen Kosten der Produktion. (→ hoher Informationsgehalt)

**Regel Nr. 7***Regierungen können manchmal die Marktergebnisse verbessern.*

⇒ Eingriffe des Staates in die Marktwirtschaft mit den Zielen:

*a.) Steigerung der Effizienz*➔ Marktversagen:

Eine Situation, in der es einem sich selbst überlassenen Markt nicht gelingt, die Ressourcen effizient zuzuteilen. Dies wird meistens durch „Externalitäten“ oder „Marktmacht“ hervorgerufen.

➔ Externalität:

Auswirkung der Handlung einer Person auf die Wohlfahrt eines Nachbarn. (→ z.B. Umweltverschmutzungen).

➔ Marktmacht:

Die Fähigkeit eines einzelnen oder einer kleinen Gruppe, den Marktpreis massgeblich zu beeinflussen.

*b.) Steigerung der Gerechtigkeit*

## ➔ Ausgleich des sozialen Wohlstandes

## ➔ z.B. Einkommenbesteuerung, Sozialhilfe

⇒ Massnahmen sind politische Entscheidungen. Sie treten somit durch den Staat nicht automatisch in Kraft.

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 6

<b>Wie die Volkswirtschaft insgesamt funktioniert</b>	<b>Regel Nr. 8</b>	<i>Der Lebensstandard eines Landes hängt von der Fähigkeit ab, Waren und Dienstleistungen herzustellen.</i> ➔ <u>Produktivität:</u> Die Menge der pro Arbeitsstunde produzierten Güter. ➔ Will man den Lebensstandard erhöhen, so müssen demnach diese wirtschaftspolitischen Entscheide zu einer höheren Produktivität führen. (→ z.B. höherer Ausbildungsgrad, gute Realkapitalausstattung, Zugang zu Spezialmärkten) ➔ Haushaltesdefizite haben eine negative Auswirkung auf den Lebensstandard.
	<b>Regel Nr. 9</b>	<i>Die Preise steigen, wenn zuviel Geld in Umlauf gesetzt wird.</i> ➔ <u>Inflation:</u> Ein Anstieg des Preisniveaus der Volkswirtschaft.
	<b>Regel Nr. 10</b>	<i>Die Gesellschaft hat kurzfristig zwischen Inflation und Arbeitslosigkeit zu wählen.</i> ➔ <u>Philipskurve:</u> Der kurzfristig bestehende Zielkonflikt zwischen Inflation und Arbeitslosigkeit. ➔ „tradeoff“: Inflation ⇒ Geldmenge reduzieren ⇒ Geringere Kaufkraft der Leute, da Preise kurzfristig „starr“ bleiben und sich nicht sofort anpassen. ⇒ Sinkende Einnahmen der Unternehmen ⇒ Kosteneinsparungen durch Entlassungen

### 1.1.2 Zusammenfassung

- (i) Die Grundlagen individueller Entscheidungsprozesse bestehen darin, dass die Menschen zwischen abzuwägenden Alternativen wählen müssen, dass die Kosten jedweder Aktivität in den dafür gegebenen „Opportunitäten“ gemessen werden, dass rationale Entscheidungsträger Grenznutzen und Grenzkosten vergleichen und dass die Leute ihr Verhalten auf Anreize ausrichten.
- (ii) Die Grundlagen des Zusammenwirkens der Menschen bestehen darin, dass Handel von wechselseitigem Nutzen ist, dass Märkte für gewöhnlich gute Verfahren für die Koordination von Geschäften sind und dass der Staat beim Vorliegen von Marktversagen oder von ungerechten Ergebnissen möglicherweise die Marktergebnisse verbessern kann.
- (iii) Die Grundlagen des Funktionierens der Gesamtwirtschaft bestehen darin, dass die Produktivität die wahre Quelle des Lebensstandards ist, dass das Geldmengenwachstum die wirkliche Ursache der Inflation ist und dass die Gesellschaft kurzfristig zwischen der Höhe der Inflationsrate und der Höhe der Arbeitslosenquote wählen kann.

### 1.1.3 Stichworte

Knappheit	Marginale Änderungen	Produktivität
Volkswirtschaftslehre	Marktwirtschaft	Inflation
Effizienz	Marktversagen	Philipskurve
Gerechtigkeit	Externalität	
Opportunitätskosten	Marktmacht	

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 7

## 1.2 Kapitel 2: Volkswirtschaftliches Denken

### 1.2.1 Der Ökonom als Wissenschaftler

Volkswirtschaftler probieren, die Welt zu erklären und sind somit Wissenschaftler.

#### 1.2.1.1 Die wissenschaftliche Methode: Beobachtung, Theorie und erneute Beobachtung

Volkswirtschaftler beziehen die Daten zur Beobachtung von Phänomenen meist wichtige Ereignisse aus der Geschichte. Diese Episoden sind von zweifachem wissenschaftlichen Nutzen: Sie vermitteln Einsichten in die Vergangenheit einer Volkswirtschaft und in Theorien zur Erklärung der Gegenwart. (→ Ersatz von Laborexperimenten)

##### 1.2.1.1.1 Die Rolle der Annahme

Volkswirtschaftler treffen Annahmen, welche zu einem leichteren Verständnis der Welt beitragen sollen. Diese Annahmen werden je nach Plan der wissenschaftlichen Untersuchungen angepasst.

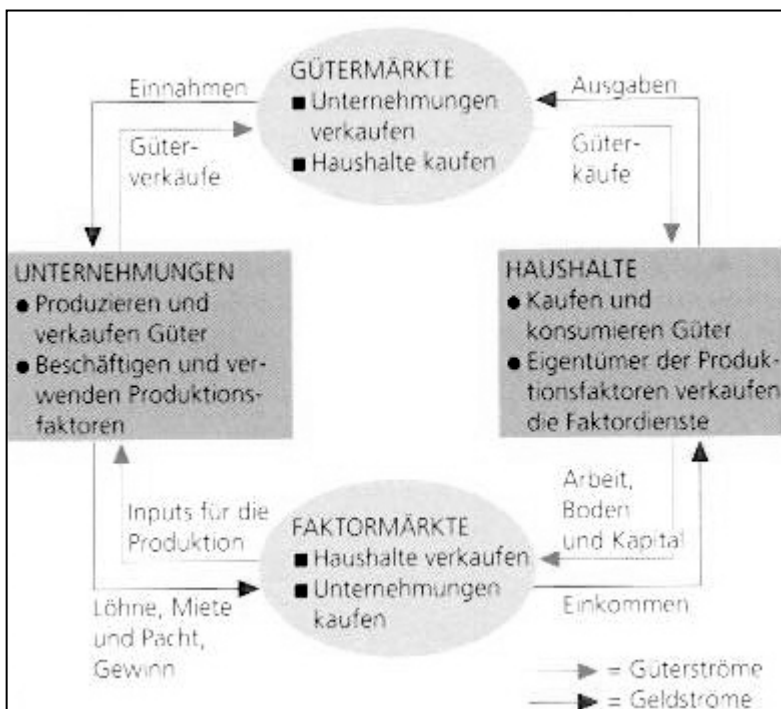
##### 1.2.1.2 Ökonomisches Modell

Volkswirtschaftler konstruieren zur Veranschaulichung eines zu untersuchenden Ereignisses Modelle. Dies sind z.B. Diagramme und Gleichungen.

Alle Modelle simplifizieren die Realität, um unser Verständnis von der Wirklichkeit zu verbessern.

##### 1.2.1.2.1 Das Kreislaufdiagramm

Das Kreislaufdiagramm ist ein visuelles Modell, wie z.B. CHF oder Dollars über Märkte zwischen Haushalten und Unternehmungen fließen.



#### Der Kreislauf

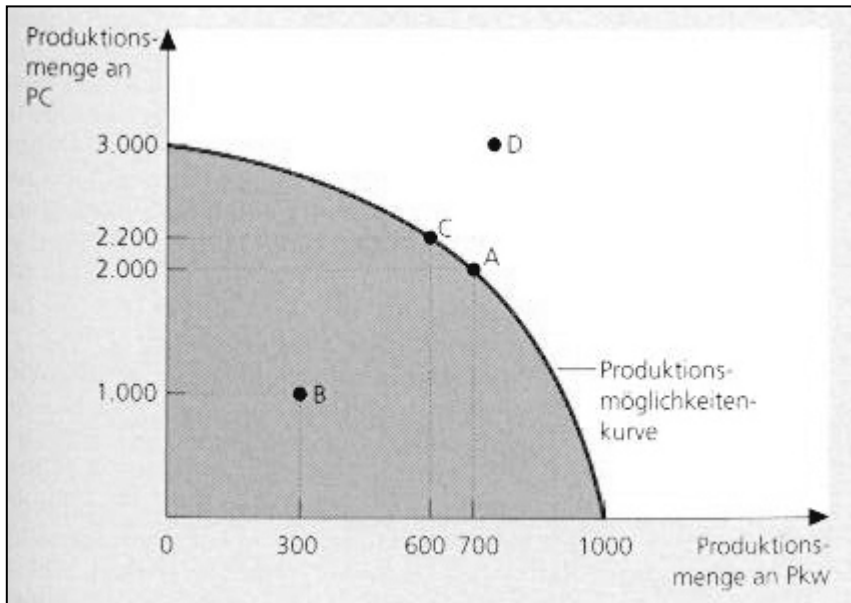
Dieses Schaubild stellt eine schematische Gliederung der Volkswirtschaft dar. Entscheidungen werden von Haushalten und Unternehmungen getroffen. Haushalte und Unternehmungen wirken auf Gütermärkten (wo die Haushalte die Käufer und die Unternehmungen die Verkäufer sind) und auf Faktormärkten zusammen (wo die Unternehmungen Käufer und die Haushalte Verkäufer sind). Die äusseren Pfeile zeigen die Geldströme, die inneren Pfeile zeigen die entsprechenden Güterströme.



**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 8

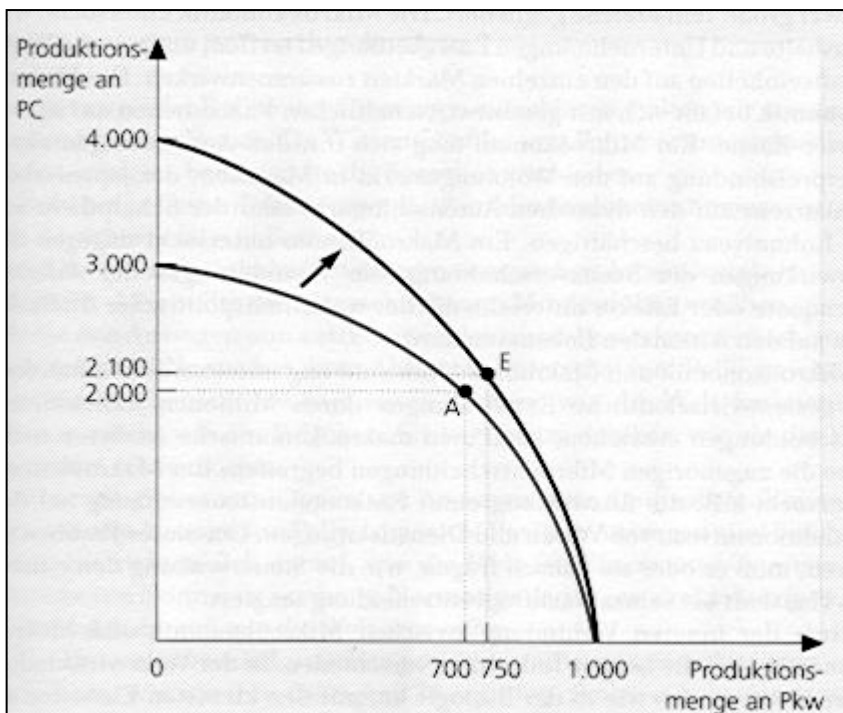
### 1.2.1.2.2 Die Produktionsmöglichkeitenkurve

Die Produktionsmöglichkeitenkurve ist ein Graph, der die verschiedenen Output-Kombinationen zeigt, die einer Volkswirtschaft mit den vorhandenen Produktionsfaktoren und der gegebenen Produktionstechnik möglich ist.



#### Die Kurve

Die Produktionsmöglichkeitenkurve zeigt die Output-Kombinationen (hier Pkw und PC), die der Volkswirtschaft in der Produktion möglich sind. Die Volkswirtschaft kann jede Mengenkombination auf (*effizient*; hier C & A) oder unterhalb (*ineffizient*; hier B) der Kurve produzieren. Punkte jenseits der Grenze der Produktionsmöglichkeiten sind der Volkswirtschaft mit den vorhandenen Ressourcen nicht möglich (*hier D*).



#### Verschiebung der Kurve

Technischer Fortschritt in der PC-Industrie verschiebt die Produktionsmöglichkeitenkurve nach aussen, so dass die Volkswirtschaft mehr Pkw und mehr PC erzeugen kann.

### 1.2.1.3 Mikroökonomie und Makroökonomie

- ➔ Mikroökonomie: Untersucht werden die Entscheidungen der Haushalte und Unternehmungen so wie das Zusammentreffen der Aktivitäten auf Märkten.
- ➔ Makroökonomie: Untersucht werden gesamtwirtschaftliche Phänomene auf aggregierter Ebene, insbesondere Inflation, Arbeitslosigkeit und Wirtschaftswachstum.

Beide Ebenen sind ineinander verflochten, doch gemäss Definition selbständige Gebiete!



**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 9

## 1.2.2 Der Ökonom als Wirtschaftspolitiker

Volkswirtschaftler probieren, die Welt zu verbessern und sind somit Politiker.

### 1.2.2.1 Positive versus normative Aussagen

- ➔ Positive Aussagen: Sind beschreibend. Sie richten sich darauf, wie die Welt ist und können somit empirisch untersucht und geprüft werden.
- ➔ Normative Aussagen: Sind präskriptiv. Sie richten sich darauf, wie die Welt sein sollte und erfordern somit *positive Analysen* und (persönliche) *Werturteile*.

## 1.2.3 Warum Ökonomen uneins sind

Drei Gründe, warum Ökonomen uneins bzw. sich nicht einig sind:

- (1) Ökonomen können über die empirische Gültigkeit alternativer positiver Theorien über das Funktionalisieren der Wirtschaftswelt uneins sein.
  - ➔ Wissenschaft als Suchprozess zum Verständnis der Welt um uns herum.
- (2) Ökonomen können unterschiedliche Werte und deshalb unterschiedliche normative Wertvorstellungen darüber haben, was die Politik durchführen sollte.
  - ➔ Politik kann nicht alleine nach wissenschaftlichen Massstäben beurteilt werden.
- (3) Ökonomen mögen in Wahrheit übereinstimmen, doch der Rat von Scharlatanen und Sonderlingen vernebeln den Konsens.
  - ➔ Die Unterschiede divergierende volkswirtschaftliche Meinungen können wirklich oder „gemacht“ sein.

Grundsätzlich besteht aber unter Ökonomen keine Uneinigkeit. Meistens sind sie sich bei der Beurteilung von bestimmten Ereignissen einig.

## 1.2.4 Zusammenfassung

- (i) Ökonomen versuchen, ihr Gebiet mit wissenschaftlicher Objektivität zu bearbeiten. Wie alle Wissenschaftler setzen sie geeignete Annahmen und bauen sie vereinfachte Modelle zum besseren Verständnis der wirklichen Welt.
- (ii) Die Volkswirtschaftslehre wird in Mikroökonomik und Makroökonomik unterteilt. Die Mikroökonomien studieren das Entscheidungsverhalten von Haushalten und Unternehmungen sowie das Zusammenspiel von Haushalten und Unternehmungen auf Märkten. Die Makroökonomien untersuchen auf aggregiertem Niveau die Kräfte und Entwicklungsrichtungen, die auf die Volkswirtschaft insgesamt wirken.
- (iii) Eine positive Aussage ist eine These darüber, wie die Welt *ist*. Eine normative Aussage stellt fest, wie die Welt *sein sollte*. Wenn die Ökonomen normative Aussagen formulieren, agieren sie mehr als Politiker denn als Wissenschaftler.
- (iv) Beratende Ökonomen in der Politik bieten oft Widersprüchliches an – entweder wegen bestehender Unterschiede im wissenschaftlichen Urteil oder wegen divergierender Werturteile. Bisweilen bekommen Politiker deshalb widersprüchliche Gutachten, weil irgendein Scharlatan realitätsferne Patentlösungen für schwierige Probleme vertritt. Im Übrigen gibt es einhellige Ratschläge der volkswirtschaftlichen Experten, die von den Politikern übergangen werden.

## 1.2.5 Stichworte

Kreislaufdiagramm	Produktionsmöglichkeitenkurve	Mikroökonomik
Makroökonomik	Positive Aussagen	Normative Aussagen

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 10

## 1.3 Kapitel 3: Interdependenz und Handelsvorteile

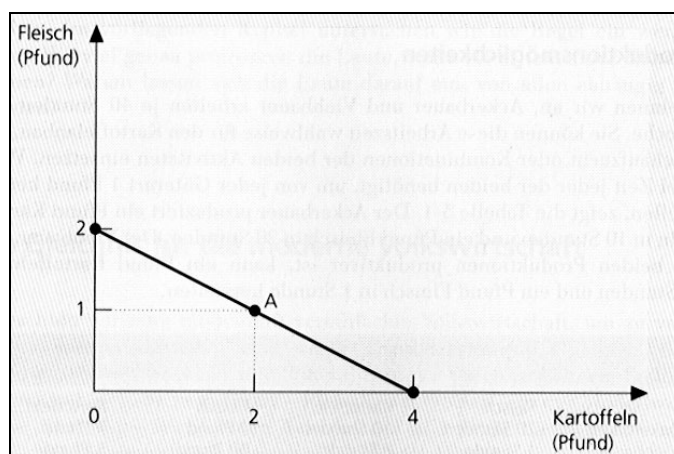
### 1.3.1 Ein Gleichnis für die moderne Volkswirtschaft

#### 1.3.1.1 Produktionsmöglichkeiten

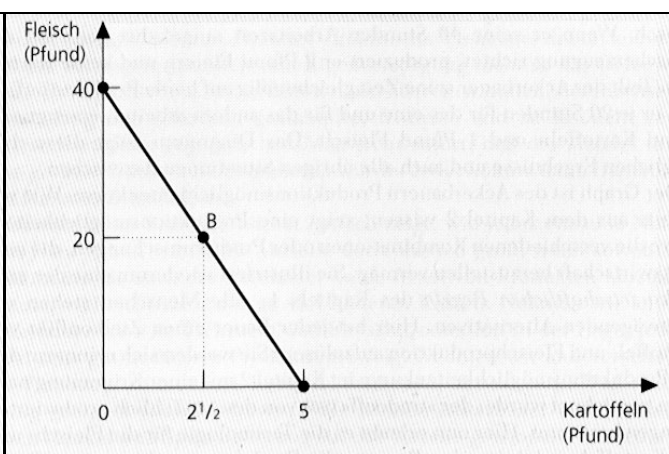
*Ausgangslage:*

Unser Modell besteht aus einem Ackerbauern und einem Viehbauern, welche folgende Produktionsmengen hervorbringen.

	Arbeitsstunden für 1 Pfund		Produktionsmenge in 40h	
	Fleisch	Kartoffeln	Fleisch	Kartoffeln
Ackerbauer	20h	10h	2 Pfund	4 Pfund
Viehbauer	1h	8h	40 Pfund	5 Pfund



Produktionsmöglichkeitenkurve des Ackerbauers



Produktionsmöglichkeitenkurve des Viehbauers

*Interpretation:*

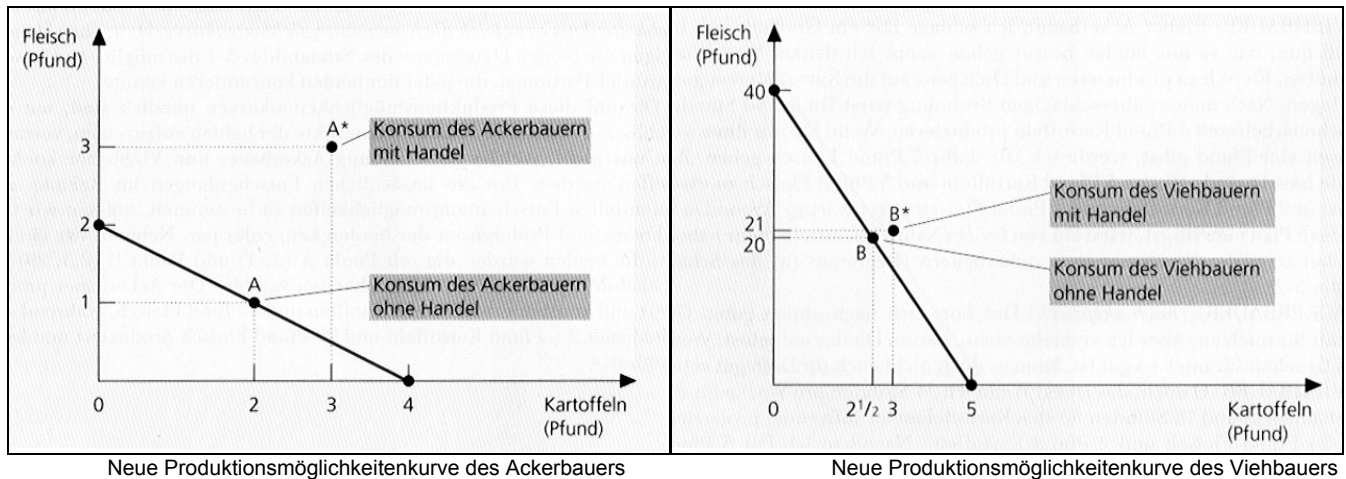
Der Viehbauer ist in beiden Bereichen produktiver. Er besitzt z.B. Maschinen für eine effizientere Produktion der beiden Güter „Kartoffeln“ und „Fleisch“.

#### 1.3.1.2 Spezialisierung und Handel

*Ausgangslage:*

Der Viehbauer macht ein paar Berechnungen und entdeckt, dass eine Spezialisierung des Ackerbauers auf die Kartoffelproduktion und eine Spezialisierung seinerseits auf die Fleischproduktion beiden einen Mehrnutzen bringt. Er schlägt ihm einen Handel vor.

	Ohne Handel		Mit Handel		
	Produktion und Konsum	Produktion	Handel	Konsum	Handelsge- winn
Ackerbauer	1 Pfund Fleisch	0 Pfund Fleisch	Bekommt 3 Pfund Fleisch	3 Pfund Fleisch	2 Pfund Fleisch
	2 Pfund Kartoffeln	4 Pfund Kartoffeln	für 1 Pfund Kartoffeln	3 Pfund Kartoffeln	1 Pfund Kartoffeln
Viehbauer	20 Pfund Fleisch	24 Pfund Fleisch	Gibt 3 Pfund Fleisch	21 Pfund Fleisch	1 Pfund Fleisch
	2 1/2 Pfund Kartoffeln	2 Pfund Kartoffeln	für 1 Pfund Kartoffeln	3 Pfund Kartoffeln	1/2 Pfund Kartoffeln

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 11**Interpretation:**

Der vorgeschlagene Handel zwischen dem Ackerbauern und dem Viehbauern erschliesst jedem der beiden eine Fleisch-Kartoffel-Kombination, die ohne Handelsaustausch nicht möglich wäre. Im ersten Diagramm erreicht der Ackerbauer den Konsumenten-Punkt A\* statt A. Im zweiten Diagramm bekommt der Viehbauer den Konsum-Punkt B\* statt B.

**Handel erlaubt jedem, mehr Fleisch und mehr Kartoffeln zu konsumieren.**

**1.3.2 Die Regel vom komparativen Vorteil**Leitfrage:

Wer kann in unserem Beispiel die Kartoffeln mit niedrigeren Kosten erzeugen – der Ackerbauer oder der Viehbauer?

- ➔ **Absoluter Vorteil:** Der Produktivitätsvorteil eines Produzenten bei der Erzeugung eines bestimmten Gutes.  
 ⇒ *Unser Beispiel:* Der Viehbauer besitzt einen *absoluten Vorteil*, da er zur Gewinnung von Kartoffeln weniger Arbeitsstunden investieren muss.

- ➔ **Opportunitätskosten:** Worauf man verzichten muss, um eine bestimmte Gütereinheit zu erlangen.  
 ⇒ *Unser Beispiel:*

	Opportunitätskosten für 1 Pfund	
	Fleisch (in Kartoffel-Einheiten)	Kartoffeln (in Fleisch-Einheiten)
Ackerbauer	2	$\frac{1}{2}$
Viehbauer	$\frac{1}{8}$	8

- ➔ **Komparativer Vorteil:** Der Opportunitätskosten-Vorteil eines Produzenten bei der Erzeugung eines Gutes.  
 ⇒ *Unser Beispiel:* Der Ackerbauer hat einen komparativen Vorteil beim Kartoffelanbau und der Viehbauer einen komparativen Vorteil bei der Fleischerzeugung.

- ➔ **Komparativer Vorteil und Handel:** Sofern sich jeder auf das Gut spezialisiert, bei dem er den komparativen Vorteil hat, wird die Gesamtproduktion der Volkswirtschaft steigen und dieser Anstieg kann dazu verwendet werden, dass es jedem besser geht.  
*Handel vermag jedem in der Gesellschaft zu nützen, weil er jedem die Spezialisierung auf seine Aktivitäten mit dem komparativen Vorteil ermöglicht.*

⇒ **Das Prinzip des komparativen Vorteils zeigt, dass es durch Handel jedem besser geht.**

- ➔ **Exporte:** Im Inland produzierte und im Ausland verkaufte Güter (Waren und Dienstl.).  
 ➔ **Importe:** Im Ausland produzierte und im Inland verkaufte Güter (Waren und Dienstl.).

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 12

### 1.3.3 Zusammenfassung

- (i) Jeder Mensch konsumiert Waren und Dienstleistungen, die von zahlreichen anderen Menschen im Inland und im Ausland erzeugt werden. Interdependenz und Handel sind deshalb wünschenswert, weil sie jedermann in den Genuss grösserer Mengen und einer grösseren Vielfalt von Gütern bringt.
- (ii) Es gibt zwei Verfahren, um die Fähigkeit zweier Personen zur Erzeugung eines Gutes zu vergleichen. Zum einen hat diejenige Person, die bei der Produktion eine kleinere Input-Menge einsetzt, – wie man sagt – einen *absoluten Vorteil* bei der Güterproduktion. Zum anderen hat die Person mit den niedrigeren Opportunitätskosten bei der Produktion eines Gutes einen *komparativen Vorteil*. Die Handelsvorteile beruhen auf dem komparativen Vorteil, nicht auf dem absoluten Vorteil.
- (iii) Durch Handel geht es allen besser, weil der Handel den Menschen die Möglichkeit gibt, sich nach ihren besonderen Fähigkeiten auf jene Güter zu spezialisieren, bei denen sie einen komparativen Vorteil haben.
- (iv) Das Prinzip des komparativen Vorteils lässt sich auf Menschen und auf Länder anwenden. Ökonomen stützen sich auf das Prinzip des komparativen Vorteils, um für Freihandel zwischen den Volkswirtschaften einzutreten.

### 1.3.4 Stichworte

Absoluter Vorteil	Komparativer Vorteil	Export
Import	Opportunitätskosten	

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 13

## 2 ANGEBOT UND NACHFRAGE I: WIE MÄRKTE FUNKTIONIEREN

### 2.1 Kapitel 4: Die Marktkräfte von Angebot und Nachfrage

#### 2.1.1 Märkte und Wettbewerb

Die Begriffe Angebot und Nachfrage beziehen sich auf das Verhalten der Menschen bei ihrem Zusammenspiel auf den Märkten.

- ➔ Markt: Gruppen potentieller Käufer und Verkäufer einer bestimmten Ware oder Dienstleistung.
- ➔ organisierte Märkte: Auf diesen Märkten treffen sich Anbieter und Nachfrager zu *bestimmten Zeiten an bestimmten Orten*.
- ➔ unorganisierte Märkte: Die Anbieter und die Nachfrager treffen sich zu *unbestimmten Zeiten an unbestimmten Orten*. Es tritt eben falls kein Auktionator auf.

#### ➔ Wettbewerbs- oder Konkurrenzmarkt:

Ein Markt mit sehr vielen Anbietern und Nachfragern, so dass der einzelne einen verschwindend kleinen und ihm selbst unbekannten Einfluss auf den Marktpreis hat. (*Vollkommener Markt*)

#### ➔ Polypol:

1. Die angebotenen Güter sind gleich.
  2. Die Anbieter und Nachfrager sind zahlreich und deshalb als einzelne strategieunfähig.
- Die Marktpreise sind gegeben und fix. Die Anbieter und Nachfrager sind deshalb *Mengenanpasser* oder *Price Taker*.

Der *unvollkommene Markt* kennt keine gleichartigen Güter – und im Zusammenhang damit oft persönliche, räumliche und zeitliche Unterschiede bei Angebot und Nachfrage sowie fehlende Marktübersicht der Anbieter und Nachfrager.

#### ➔ Monopol:

Einziger Anbieter, der den Preis setzt.

#### ➔ Oligopol:

Wenige Anbieter, viele Nachfrager.

#### ➔ Monopolistische Konkurrenz:

Es gibt zwar viele Anbieter (und Nachfrager), doch die

Güter sind nicht völlig gleichartig im Angebot (→ räumliche, zeitliche Voraussetzung). Der Anbieter besitzt somit einen kleinen Spielraum für eigene Preissetzung (→ z.B. Hard-/Software im PC-Bereich).

#### 2.1.2 Nachfrage

#### ➔ Gesetz der Nachfrage:

Bei sonst unveränderten Randbedingungen sinkt die nachgefragte Menge eines Gutes bei steigendem Preis des Gutes. Die Nachfragemenge ist somit *negativ vom Preis abhängig*.

#### ➔ Normales Gut:

Bei sonst unveränderten Randbedingungen steigt die Nachfrage bei steigendem Einkommen.

#### ➔ Inferiores Gut:

Bei sonst unveränderten Randbedingungen sinkt die Nachfrage bei steigendem Einkommen. (→ z.B. Grundgüter wie Kartoffeln)

#### ➔ Substitute, substitutive Güter:

Zwei Güter, bei denen der Preisanstieg des einen Gutes einen Nachfrageanstieg des anderen Gutes auslöst. (→ z.B. Margarine und Butter)



**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 14➔ Komplemente, komplementäre Güter:

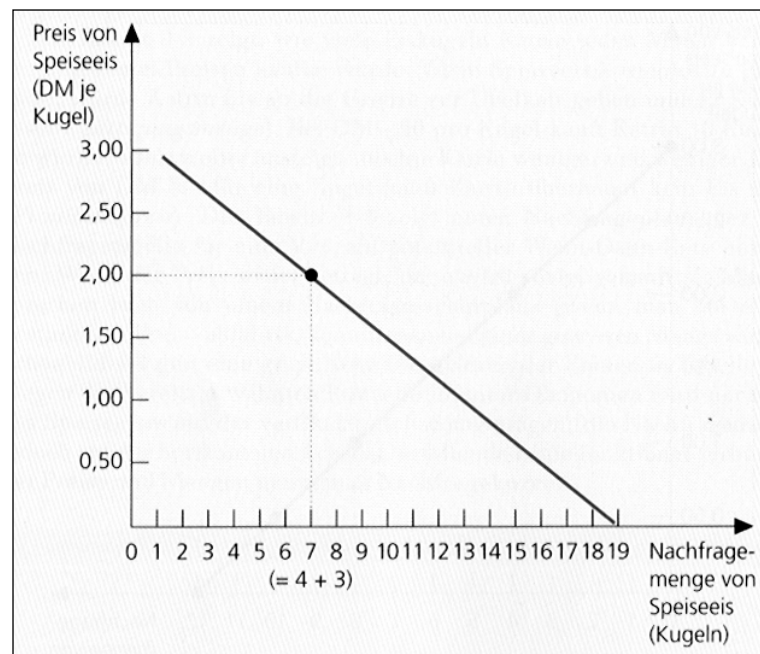
Zwei Güter, bei denen der Preisanstieg des einen Gutes einen Nachfragerückgang (auch) des anderen Gutes bewirkt. (→z.B. Automobile und Benzin)

➔ Bestimmungsgründe der individuellen Nachfrage:

- 1.) Preis: Gesetz der Nachfrage
- 2.) Einkommen: Normale und inferiore Güter
- 3.) Preis verwandter Güter: Substitute, Komplemente
- 4.) Geschmack, Vorlieben: Den Geschmack der Leute versuchen Ökonomen nicht näher zu erklären, da dessen Erklärung ausserhalb der Reichweite der Ökonomie liegt.
- 5.) Erwartungen: Die Erwartungen eines Menschen für die Zukunft vermögen sein gegenwärtiges Kaufinteresse an Waren und Dienstleistungen zu bestimmen.

➔ Sättigungsgrenze: Menge, die ein Mensch maximal bereit ist, beim Preis Null zu kaufen bzw. zu verarbeiten.➔ Prohibitivpreis: Preis, bei dem ein Mensch keine Gütermenge mehr kauft bzw. verarbeiten will.➔ Nachfrageplan, Nachfragetabelle:

Eine Tabelle für die zusammengehörigen Wertepaare Güterpreis und Nachfragemenge.

➔ Nachfragekurve: Ein Graph für die Zuordnung von Güterpreisen und Nachfragemengen.➔ Ceteris Paribus: Der lateinische Ausdruck für „andere Dinge gleich bleibend“ wird als Erinnerung daran verwendet, dass alle anderen als die gerade untersuchten Variablen annahmegemäss konstant bleiben.➔ Marktnachfrage: Summe aller individuellen Nachfragen durch horizontale Addition der individuellen Nachfragekurven.

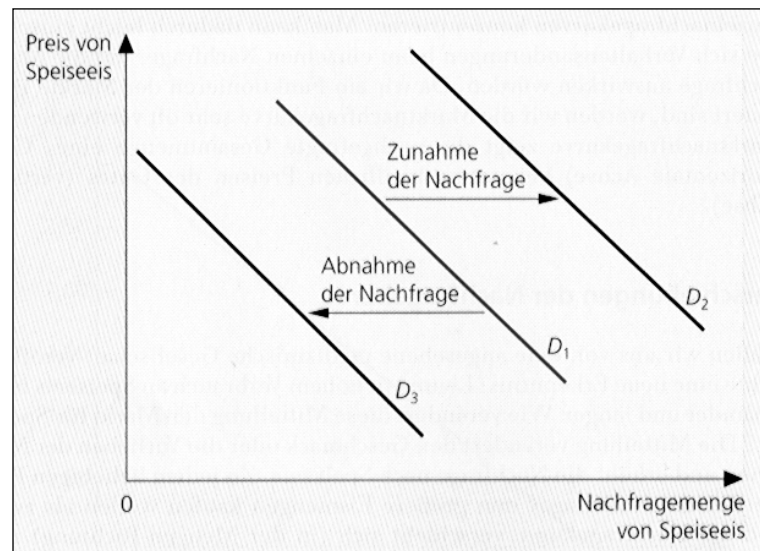


**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 15

➔ Bestimmungsgrößen der Nachfrage – Verschiebung der Nachfragekurve:

Die Nachfragekurve zeigt, was bei Preisänderungen mit der nachgefragten Menge geschieht, wobei man alle anderen Einflussgrößen auf die Nachfrage konstant hält. Sofern sich eine dieser anderen Einflussgrößen ändert, verschiebt sich die Kurve.

Variablen mit Einfluss auf die Nachfragemenge	Eine Veränderung dieser Variablen...
Preis	Ergibt eine Bewegung auf der Nachfragekurve
Einkommen	Verschiebt die Nachfragekurve
Preis verwandter Güter	Verschiebt die Nachfragekurve
Vorlieben, Geschmack	Verschiebt die Nachfragekurve
Erwartungen	Verschiebt die Nachfragekurve
Anzahl der Käufer	Verschiebt die Nachfragekurve



### 2.1.3 Angebot

➔ Gesetz des Angebots:

Bei sonst unveränderten Rahmenbedingungen steigt die angebotene Menge eines Gutes bei steigendem Preis des Gutes. Die Angebotsmenge ist somit *positiv vom Preis abhängig*.

➔ Bestimmungsgründe des individuellen Angebots:

- 1.) Preis: Gesetz des Angebots
- 2.) Input-Preise: Die produzierte und angebotene Menge eines Gutes ist negativ mit den Einkaufs- oder Input-Preisen verknüpft.
- 3.) Technologie: Technologischer Fortschritt senkt die Produktionskosten und erhöht – ceteris paribus – die angebotene Gütermenge.
- 4.) Erwartungen: Die von einem Mensch heute produzierte und angebotene Menge eines Gutes mag von seinen Zukunftserwartungen abhängen.

➔ Angebotsplan, Angebotstabelle:

Eine Tabelle für die zusammengehörigen Wertepaare Güterpreis und Angebotsmenge.

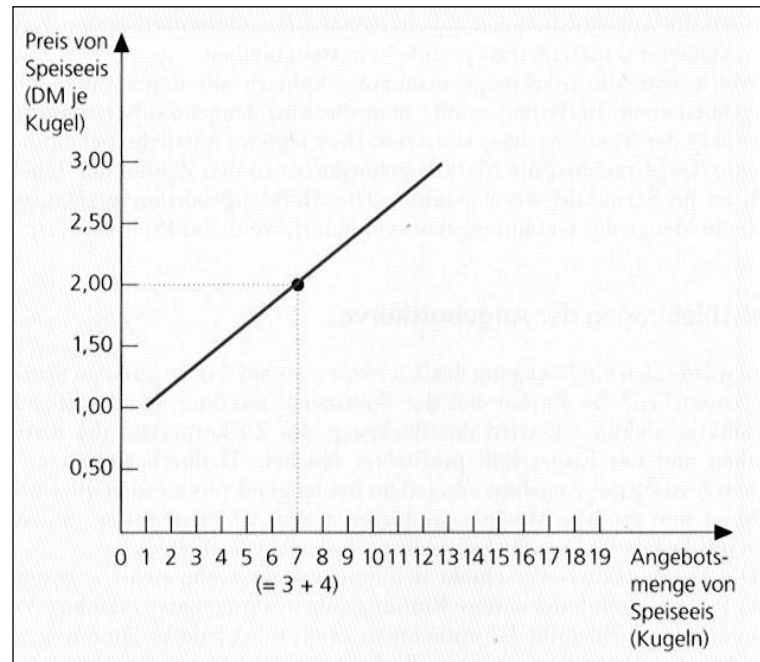
➔ Angebotskurve: Ein Graph für die Zuordnung von Güterpreisen und Angebotsmengen.

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 16

➔ Marktangebot: Summe aller individuellen Angebote durch horizontale Addition der individuellen Angebotskurven.

Diese Menge hängt von folgenden Faktoren ab:

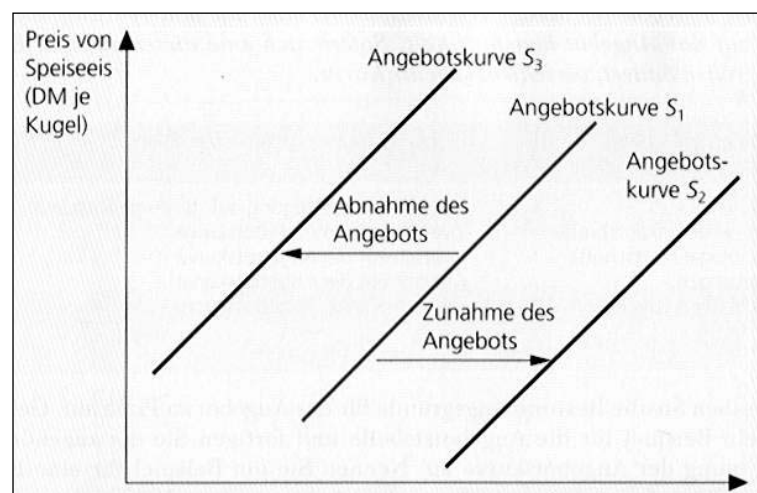
- ❶ Marktpreis des Gutes
- ❷ Einkaufspreise der Inputs und Einsätze an Produktionsfaktoren
- ❸ Verfügbare Technologien
- ❹ Erwartungen in die Zukunft



➔ Bestimmungsgrößen des Angebots – Verschiebung der Angebotskurve:

Die Angebotskurve zeigt, was bei Preisänderungen mit der angebotenen Menge geschieht, wobei man alle anderen Einflussgrößen auf das Angebot konstant hält. Sofern sich eine dieser anderen Einflussgrößen ändert, verschiebt sich die Kurve.

Variablen mit Einfluss auf die Nachfragemenge	Eine Veränderung dieser Variablen...
Preis	Ergibt eine Bewegung auf der Angebotskurve
Input- oder Einkaufspreise	Verschiebt die Angebotskurve
Technologien (Fortschritt)	Verschiebt die Angebotskurve
Erwartungen	Verschiebt die Angebotskurve
Anzahl der Anbieter	Verschiebt die Angebotskurve



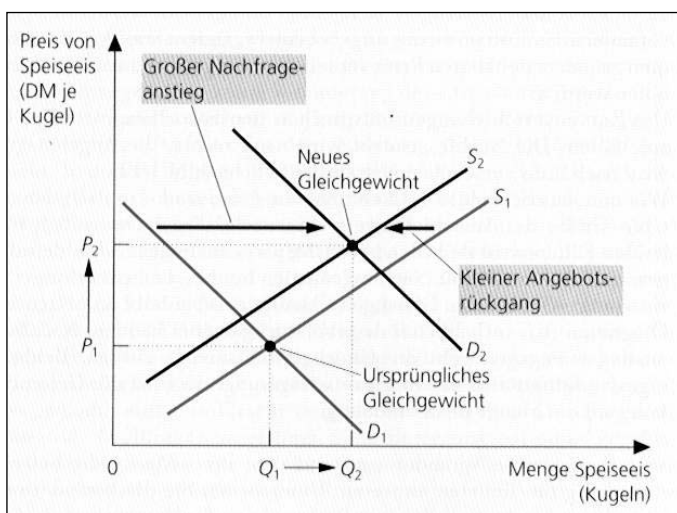
**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 17

## 2.1.4 Angebot und Nachfrage zusammen

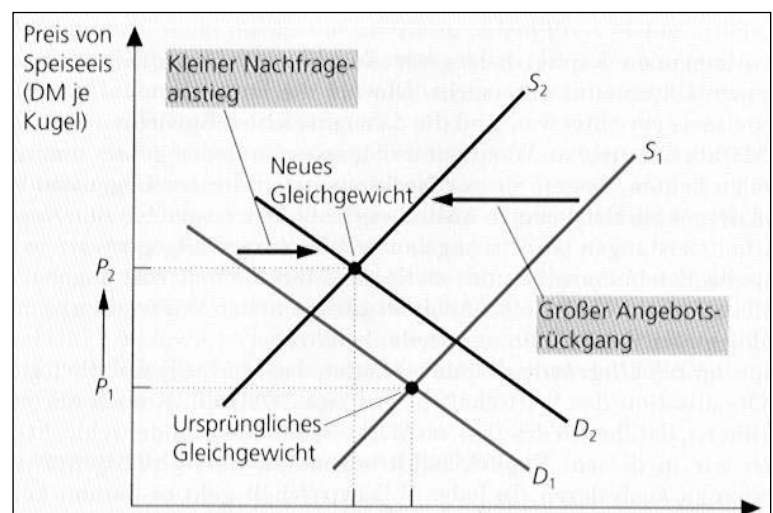
- ➔ Gleichgewicht: Eine Situation, in der Angebot und Nachfrage gleich sind.
- ➔ Gleichgewichtspreis:  
Der Preis, der Angebot und Nachfrage zur Übereinstimmung bringt. Er wird auch „Markträumungspreis“ genannt, weil Nachfrager ihre Kaufabsichten verwirklicht und Anbieter ihre Verkaufspläne erfüllt haben.
- ➔ Angebotsüberschuss:  
Eine Situation, bei der die angebotene Menge (zum herrschenden Preis) grösser ist als die nachgefragte Menge.  
Diese Situation führt zur Lageräufnung bei Produzenten.
- ➔ Nachfrageüberschuss:  
Eine Situation, in der die nachgefragte Menge (zum herrschenden Preis) grösser ist als die angebotene Menge.  
Es herrscht eine Güterknappheit.
- ➔ Gesetz von Angebot und Nachfrage:  
Preisanpassungen zur Angleichung angebotener und nachgefragter Gütermenge auf Märkten.  
Diese Preisanpassungen treffen sich meistens im oder zumindest um das Marktgleichgewicht.
- ➔ Komparative statische Analyse:  
Bestimmte Ereignisse verschieben die Angebots- und/oder die Nachfragekurve. Die genaue Auswirkung der Ereignisse auf die Kurve(n) wird mit der komparativen statischen Analyse in den folgenden 3 *Schritten* durchgeführt.

- |  |
|--|
| 1.) Entscheide, ob das Ereignis eine Verschiebung der Angebotskurve, der Nachfragekurve oder vielleicht beider Kurven bewirkt. |
| 2.) Entscheide über die Richtung der Kurvenverschiebung.   |
| 3.) Verwende das Angebots-Nachfrage-Diagramm, um die resultierende Änderung des Marktgleichgewichts festzulegen.               |

*Zwei Beispiele von Angebots-Nachfrage-Diagrammen:*



Preisanstieg, Mengenanstieg



Preisanstieg, Mengenrückgang

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 18

## 2.1.5 Zusammenfassung

- (i) Ökonomen verwenden das Modell von Angebot und Nachfrage, um Konkurrenzmärkte zu untersuchen. Auf einem Wettbewerbs- oder Konkurrenzmarkt gibt es viele Anbieter und Nachfrager, die als einzelne keinen oder fast keinen Einfluss auf den Marktpreis haben.
- (ii) Die Nachfragekurve zeigt, wie die Nachfragemenge eines Gutes vom Preis des Gutes abhängt. Nach dem Gesetz der Nachfrage nimmt die nachgefragte Menge bei sinkendem Preis zu. Die Nachfragekurve hat deshalb eine negative Steigung.
- (iii) Andere Einflussgrößen der Nachfrage neben dem Preis sind die Einkommen, die Bedürfnisse und Vorlieben sowie die Erwartungen der Haushalte und ferner die Preise der substitutiven und komplementären Güter. Wenn sich eine dieser anderen Einflussgrößen verändert, kommt es zu einer Verschiebung der Nachfragekurve.
- (iv) Die Angebotskurve zeigt, wie die Angebotsmenge eines Gutes vom Preis des Gutes abhängt. Nach dem Gesetz des Angebots nimmt die angebotene Menge bei steigendem Preis zu. Die Angebotskurve hat deshalb eine positive Steigung.
- (v) Andere Einflussgrößen des Angebots neben dem Preis sind Input- oder Einkaufspreise, Technologie und Erwartungen. Wenn sich eine dieser anderen Einflussgrößen verändert, kommt es zu einer Verschiebung der Angebotskurve.
- (vi) Der Schnittpunkt von Angebots- und Nachfragekurve bestimmt das Marktgleichgewicht. Zum Gleichgewichtspreis stimmt die nachgefragte Menge mit der angebotenen Gütermenge überein.
- (vii) Das Verhalten von Käufern und Verkäufern treibt Märkte auf natürliche Weise zu ihrem Gleichgewicht. Wenn der Marktpreis über dem Gleichgewichtspreis liegt, folgt daraus ein Angebotsüberschuss, der einen Rückgang des Marktpreises auslöst. Wenn der Marktpreis unter dem Gleichgewichtspreis liegt, folgt daraus ein Nachfrageüberschuss, der zu einem Anstieg des Marktpreises führt.
- (viii) Wir benützen das Angebots-Nachfrage-Diagramm, um die Auswirkungen irgendeines Ereignisses auf Gleichgewichtspreis und Gleichgewichtsmenge zu untersuchen. Dabei gehen wir nacheinander in drei Schritten vor. Zuerst klären wir, ob das Ereignis die Angebotskurve oder die Nachfragekurve (oder beide Kurven) verschiebt. Zum zweiten bestimmen wir die Richtung der Verschiebung. Zum dritten vergleichen wir das neue Gleichgewicht mit dem alten Marktgleichgewicht.
- (ix) In Marktwirtschaften bilden Preise die Signale für alle Entscheidungen sowie die Zuteilung knapper Ressourcen. Bei jeder Güterart der Volkswirtschaft gewährleistet der bewegliche Marktpreis, dass Angebot und Nachfrage zur Übereinstimmung kommen. Der Gleichgewichtspreis bestimmt einerseits produzierte oder angebotene Gütermenge der Unternehmer und andererseits nachgefragte und konsumierte Gütermenge der Haushalte.

## 2.1.6 Stichworte

Markt	Angebotsmenge	Konkurrenzmarkt
Gesetz des Angebots	Nachfragemenge	Angebotstabelle
Gesetz der Nachfrage	Angebotskurve	Normales Gut
Gleichgewicht	Inferiores Gut	Gleichgewichtspreis
Substitutive Güter	Gleichgewichtsmenge	Komplementäre Güter
Angebotsüberschuss	Nachfragetabelle	Nachfrageüberschuss
Nachfragekurve	Gesetz von Angebot und Nachfrage	Ceteris paribus



## 2.2 Kapitel 5: Elastizität und ihre Anwendungen

### 2.2.1 Elastizität der Nachfrage

- ➔ Elastizität: Ein Mass der Reagibilität der Nachfragemenge oder der Angebotsmenge auf eine Einflussgrösse.

#### 2.2.1.1 Preiselastizität der Nachfrage und ihre Bestimmungsgründe

- ➔ Preiselastizität der Nachfrage:

Ein Mass der Reagibilität der Nachfragemenge eines Gutes auf Änderungen seines Preises – berechnet als Quotient von prozentualer Mengenänderung und prozentualer Preisänderung.

Es gilt jeweils der absolute Wert dieses Quotienten. Der Wert sagt, ob die Nachfragekurve steil oder flach verläuft. Bei der Berechnung spielt der Ausgangspunkt eine Rolle.

*Elastisch*: Preisänderungen führen zu relativ grossen Mengenänderungen.

*Unelastisch*: Preisänderungen führen zu relativ kleinen Mengenänderungen.

*Isoelastisch*: Preisänderungen führen relativ zu gleichen Mengenänderungen.

- ➔ Bestimmungsgründe:

① *Lebensnotweniges und Luxusgut*

Lebensnotwendige Güter oder Güter zur Befriedigung von Grundbedürfnissen weisen **eine unelastische Nachfrage** auf, während die Nachfrage nach Luxusgütern gewöhnlich elastisch ist.

② *Erhältlichkeit substitutiver Güter*

Güter, zu denen es nahe verwandte Substitute gibt, haben eine **relativ elastische Nachfrage**, weil die potentiellen Käufer bei Preisänderungen leicht zwischen dem Gut und den Substituten wechseln können.

③ *Marktabgrenzung*

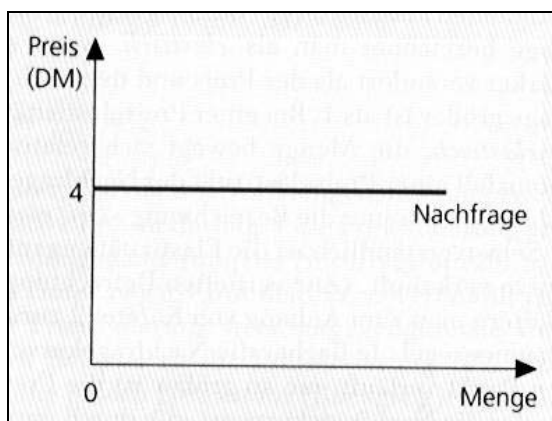
Die Nachfrageelastizität hängt stets davon ab, wie klar ein Markt abgegrenzt ist. **Speziell definierte Märkte** und Güter werden eine **elastischere Nachfrage** aufweisen als breit abgegrenzte Märkte und Güter, da man zu den speziell und eng definierten Gütern leichter Substitute findet.

④ *Zeithorizont*

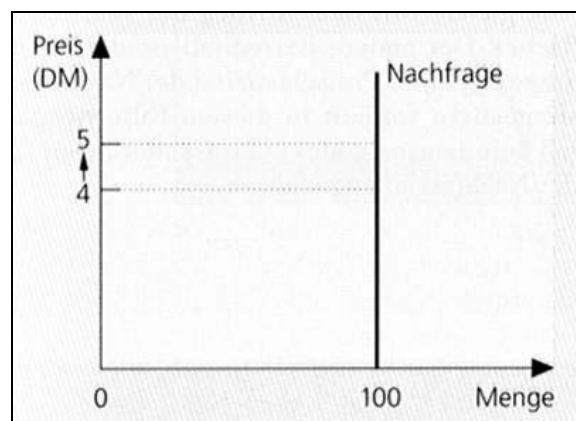
Auf lange Sicht und in langen Untersuchungsperioden weisen alle Güter eine grössere Preiselastizität der Nachfrage auf als in kurzen Perioden der Analyse.

#### 2.2.1.2 Vielfalt der Nachfragekurve

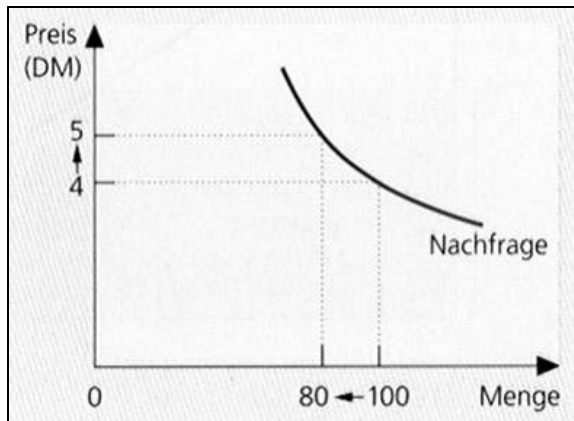
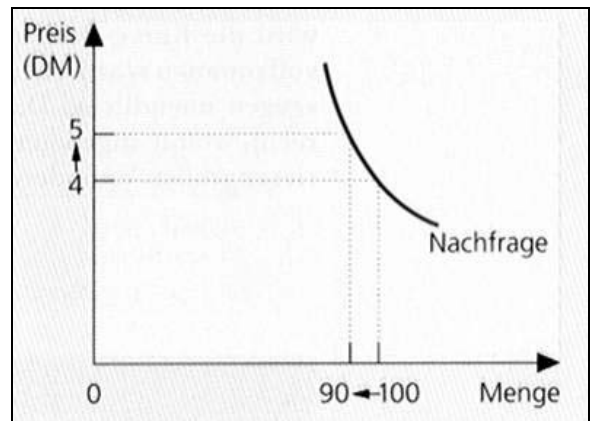
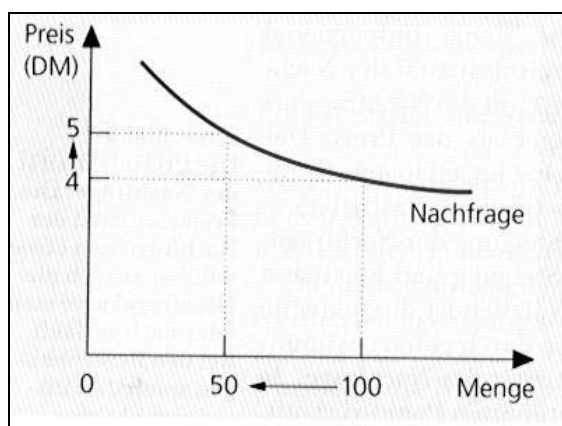
Je flacher die Nachfragekurve ist, die durch einen bestimmten Punkt verläuft, umso grösser ist die Preiselastizität der Nachfrage. Je steiler die Nachfragekurve ist, die durch einen bestimmten Punkt verläuft, umso kleiner ist die Preiselastizität der Nachfrage.



Vollkommen elastische Nachfrage  
(unendliche Preiselastizität)



Vollkommen unelastische Nachfrage  
(Preiselastizität = 0)

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 20Einheitselastizität  
(Preiselastizität = 1)Unelastische Nachfrage  
(Preiselastizität < 1)Elastische Nachfrage  
(Preiselastizität > 1)

### 2.2.1.3 Umsatz und Preiselastizität der Nachfrage

#### ➔ Umsatz:

Betrag, der von den Käufern bezahlt (Ausgabe) und von den Verkäufern eines Gutes eingenommen wird (Erlös, Einnahmen), berechnet als Produkt aus Preis und Menge.

#### *Allgemeine Regeln*

- ❶ Wenn die Preiselastizität der Nachfrage kleiner als 1 ist, wird der Umsatz (Gesamtausgabe und Gesamteinnahme) durch eine Preissteigerung erhöht, durch eine Preissenkung vermindert.
- ❷ Wenn die Preiselastizität der Nachfrage grösser als 1 ist, wird der Umsatz durch eine Preissteigerung vermindert, durch eine Preissenkung erhöht.
- ❸ In der besonderen Lage einer Preiselastizität von genau gleich 1 bewirken Preisänderungen keine Umsatzänderungen.



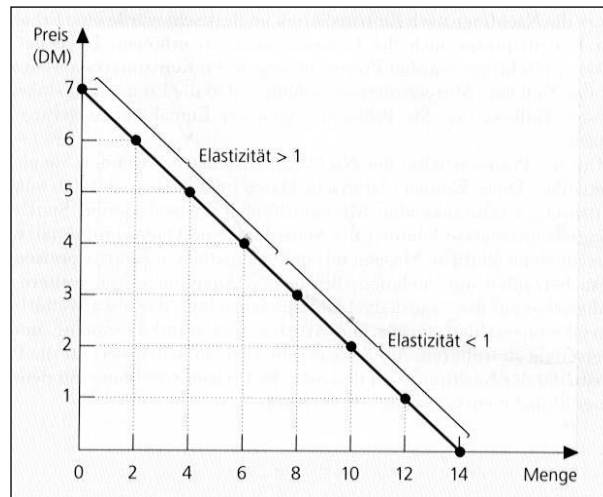
**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 21

### 2.2.1.4 Einkommenselastizität der Nachfrage

#### ➔ Einkommenselastizität der Nachfrage:

Ein Mass dafür, um wie viel die Nachfragemenge auf eine Änderung des Einkommens der Konsumenten reagiert – gemessen als Prozentsatz der Nachfrageänderung dividiert durch den Prozentsatz der Einkommensänderung.

*Inferiore Güter*      Höhere Einkommen führt zu einer geringeren Nachfrage.  
*Normale Güter*      Einkommenselastizitäten variieren je nach Gut.  
*Lebensnotwendig*    Relative kleine Einkommenselastizität, da Kauf „zwingend“.  
*Luxusgüter*          Grosse Elastizität, da auf Güter verzichtet werden kann.



### 2.2.2 Preiselastizität des Angebots

#### 2.2.2.1 Preiselastizität des Angebots und ihre Bestimmungsgründe

##### ➔ Preiselastizität des Angebots:

Ein Mass der Reagibilität der Angebotsmenge eines Gutes auf Änderungen seines Preises – gemessen als Quotient von prozentualer Mengenänderung und prozentualer Preisänderung.

Der Wert sagt, ob die Angebotskurve steil oder flach verläuft. Bei der Berechnung spielt der Ausgangspunkt eine Rolle.

Manchmal verläuft die Angebotskurve nicht linear, da die Preiselastizität mit den Produktionskapazitäten der Unternehmungen ändern kann. So ist die Elastizität bei kleineren Produktionsmengen grösser als bei grossen Produktionsmengen.

##### ➔ Bestimmungsgründe:

###### ① Flexibilität der Unternehmungen

Bei Gütern wie z.B. Bücher, Autos etc. (→ **Massengüter**) können die Unternehmungen flexibler und rascher auf Änderungen der Marktlage reagieren (→ **elastische Preiselastizität des Angebots**). Demgegenüber stehen Luxusgüter wie z.B. Grundstücke an einem See nur begrenzt zur Verfügung. Die Unternehmungen können da auf eine Änderung der Marktlage nahezu nicht reagieren (→ **unelastische Preiselastizität des Angebots**).

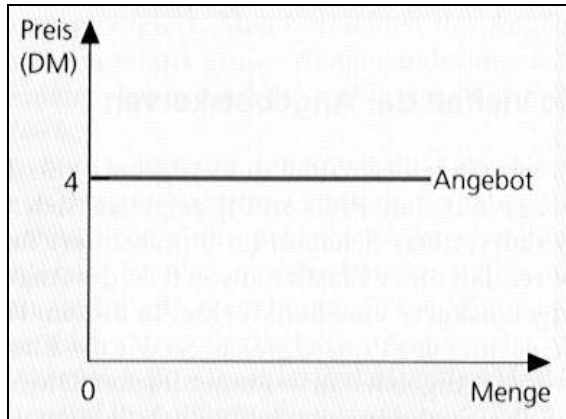
###### ② Zeithorizont

**Kurzfristig** ist die Preiselastizität des Angebots **unelastisch**, da die Unternehmungen meist nicht postwendend reagieren können.

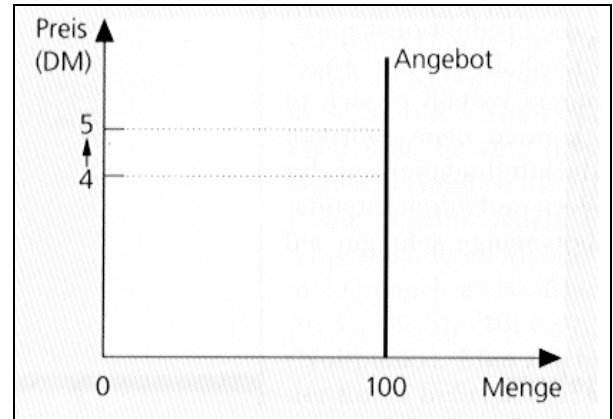
**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 22

### 2.2.2.2 Vielfalt der Angebotskurven

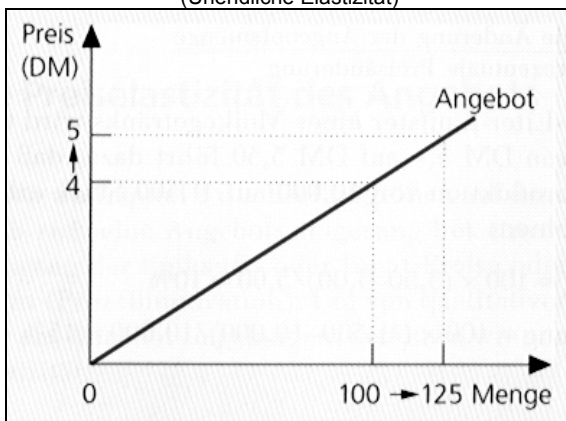
Die Preiselastizität des Angebots sagt etwas darüber aus, ob die Angebotskurve steil oder flach verläuft. Bei den näherungsweisen oder exakten Berechnungen beachte man wieder den spezifischen Ausgangspunkt.



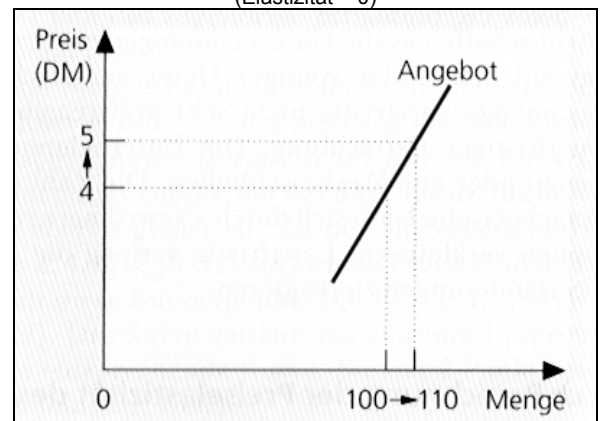
Vollkommen elastisches Angebot  
(Unendliche Elastizität)



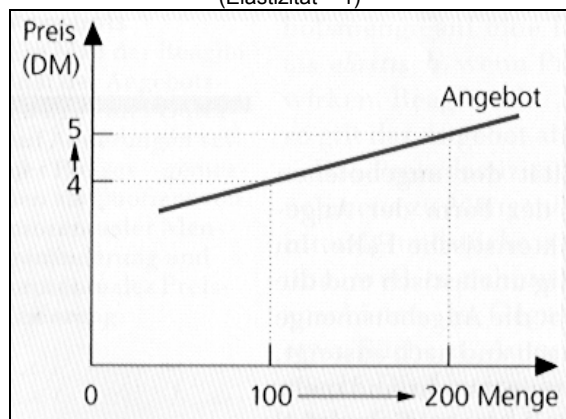
Vollkommen unelastisches Angebot  
(Elastizität = 0)



Einheitselastisches Angebot  
(Elastizität = 1)



Unelastisches Angebot  
(Elastizität < 1)



Elastisches Angebot  
(Elastizität > 1)

### 2.2.3 Drei Beispiele für Angebot, Nachfrage und Elastizität

#### 2.2.3.1 Innovation in der Landwirtschaft

Fortschritte in der Agrartechnologie können (→ unelastische Angebotskurve) nachteilig für die Landwirte sein, weil diese in zunehmendem Masse überflüssig und freigesetzt werden, doch für die Konsumenten sind die Fortschritte gewiss vorteilhaft, weil sie für Nahrungsmittel weniger bezahlen. Eine Politik zur Angebotsminderung steigert das Einkommen des Landwirtschaftssektors zulasten des Haushaltssektors.

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 23

### 2.2.3.2 Warum gelang es der OPEC nicht, die Ölpreise hochzuhalten?

Kurzfristig brachte die Förderreduktion (→Linksverschiebung der Angebotskurve) den beabsichtigten Preis- und Einnahmeanstieg. Langfristig jedoch trat wegen der elastischeren Kurven (→Andere Ölförderer steigerten ihrerseits die Produktion; Konsumenten wechselten auf alternative Fortbewegungsmittel bzw. kauften treibstoffsparende Autos) nur ein kleiner Preisanstieg ein, der wegen des Mengenrückgangs zu keinem Umsatz- und Einnahmeanstieg führte. Langfristig erwies sich die OPEC-Politik weniger vorteilhaft als kurzfristig.

### 2.2.3.3 Wie verändern Verbote von Rauschgift die mit Rauschgift verbunden Kriminalität

Massnahmen zur Durchsetzung eines Rauschgiftverbots führen zur Verschiebung der Angebotskurve nach links. Da die Nachfrage unelastisch ist, steigen die Ausgaben der Anhängigen trotz eines gewissen Mengenrückgangs. Kurzfristig wird so die Beschaffungskriminalität wohl ansteigen. Langfristig dürfte sich evtl. diese Kriminalität senken, da die hohen Preise die Jugendlichen vor „Konsumexperimenten“ abschreckt und die Jugendlichen somit nie drogensüchtig werden könnten.

Dagegen wird eine erfolgreiche vorbeugende Aufklärung zu einem Nachfragerückgang (→Verschiebung der Kurve nach links) führen. Da Preis und Menge fallen, sinken auch die Ausgaben der Abhängigen (und die mit den Ausgaben korrelierte Kriminalität).

## 2.2.4 Zusammenfassung

- (i) Die Preiselastizität der Nachfrage misst die relative Veränderung der Nachfragemenge, die durch eine bestimmte relative Preisänderung bewirkt wird. Die Nachfrage wird um so elastischer sein, je eher das betreffende Gut zum Luxus statt zur Lebensnotwendigkeit gehört, je mehr nahe Substitute für den Konsumenten wählbar sind, je enger der Markt abgegrenzt ist oder je länger die Reaktionszeit der Nachfrager auf Preisänderungen ist.
- (ii) Die Preiselastizität der Nachfrage wird berechnet als Quotient des Prozentsatzes der Mengenänderung und des Prozentsatzes der Preisänderung. Wenn die Elastizität kleiner als 1 ist, sich also die Menge proportional weniger verändert als der Preis, spricht man von unelastischer oder inelastischer Nachfrage. Ist die Elastizität grösser als 1 und damit die proportionale Mengenänderung grösser als die proportionale Preisänderung, bezeichnet man die Nachfrage als elastisch.
- (iii) Der Umsatz, der gleich Gesamtausgaben der Käufer und Gesamteinnahmen der Verkäufer ist, entspricht dem rechnerischen Produkt aus Preis und Menge. Bei inelastischen Nachfragekurven steigt der Umsatz bei steigendem Preis, bei elastischen Nachfragekurven sinkt der Umsatz bei steigendem Preis.
- (iv) Die Einkommenselastizität der Nachfrage misst die relative Veränderung der Nachfragemenge, die durch eine bestimmte relative Einkommensänderung eintritt. Sie wird berechnet als Quotient aus dem Prozentsatz der Mengenänderung und dem Prozentsatz der Einkommensänderung.
- (v) Die Preiselastizität des Angebots misst die relative Veränderung der Angebotsmenge, die durch eine bestimmte relative Preisänderung bewirkt wird. Diese Elastizität hängt oft vom Zeithorizont der Analyse ab. Die Angebotselastizität ist langfristig zumeist grösser als kurzfristig.
- (vi) Die Preiselastizität des Angebots wird berechnet als Quotient des Prozentsatzes der Mengenänderung und des Prozentsatzes der Preisänderung. Wenn die Elastizität kleiner als 1 ist, sich also die Menge proportional weniger verändert als der Preis, spricht man von unelastischem oder inelastischem Angebot. Ist die Elastizität grösser als 1 und damit die proportionale Mengenänderung grösser als die proportionale Preisänderung, so bezeichnet man das Angebot als elastisch.
- (vii) Die Analysewerkzeuge von Angebot und Nachfrage können auf ganz unterschiedliche Märkte angewandt werden. Das Kapitel enthält Anwendungsbeispiele für den Weizenmarkt, für Rohölmärkte und für den Rauschgiftmarkt.

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 24

## 2.2.5 Stichworte

Elastizität	Umsatz, Ausgaben und Einnahmen	Einkommenselastizität der Nachfrage
Preiselastizität der Nachfrage	Preiselastizität des Angebots	

## 2.3 Kapitel 6: Angebot und Nachfrage und wirtschaftspolitische Massnahmen

### 2.3.1 Preiskontrollen

#### 2.3.1.1 Höchstpreis, „price ceiling“

Ein gesetzlicher Höchstpreis, zu dem ein Gut verkauft wird.

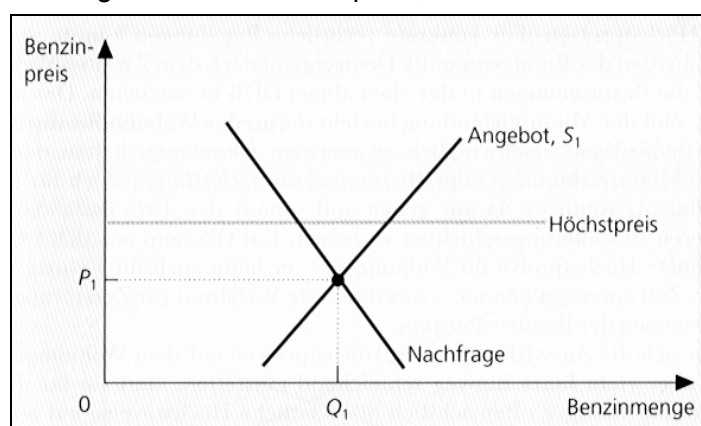


Diagramm (a)

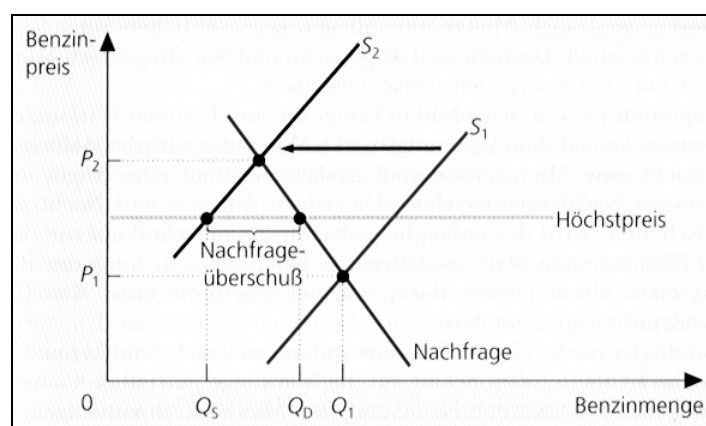


Diagramm (b)

#### Der Benzinmarkt mit einer Preisobergrenze:

Diagramm (a) zeigt den Benzinmarkt für den Fall, dass der Gleichgewichtspreis  $P_1$  unter dem (unwirksamen) Höchstpreis liegt.

Diagramm (b) zeigt den Benzinmarkt nach einer kosten-, preis- und angebotswirksamen Verteuerung des Rohölpreises. Die Angebotskurve wird von  $S_1$  nach  $S_2$  verschoben; der neue Gleichgewichtspreis wäre nun  $P_2$ . Durch den vorgeschriebenen Höchstpreis kommt es jedoch zu einer Angebotslücke oder einem Nachfrageüberschuss in der Höhe von  $Q_D \rightarrow Q_S$ .

#### Feststellung:

Wenn auf einem Wettbewerbsmarkt ein wirksamer **Höchstpreis** unterhalb des möglichen Gleichgewichtspreises eingeführt wird, **kommt es zu einem Nachfrageüberschuss** und der **Notwendigkeit einer Rationierung des knappen Gutes** unter der grossen Nachfragerzahl.

Diese Lage ist ineffizient (z.B. lange Warteschlangen vor Lebensmittelläden). Da ein Nachfrageüberschuss besteht, nützen dies die Anbieter schonungslos aus: Der Vermieter sieht keinen Zwang, die Wohnung zu pflegen als auch an den „besten“ Bewerber zu vermieten. Seine Position als Quasi-Angebotsmonopolist verleiht ihm diese Macht.



**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 25

### 2.3.1.2 Mindestpreis, „price floor“

Ein gesetzlicher Mindestpreis, zu dem ein Gut verkauft wird.

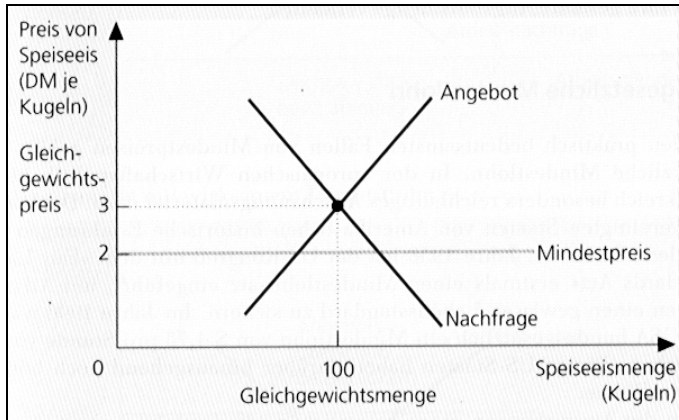


Diagramm (a)

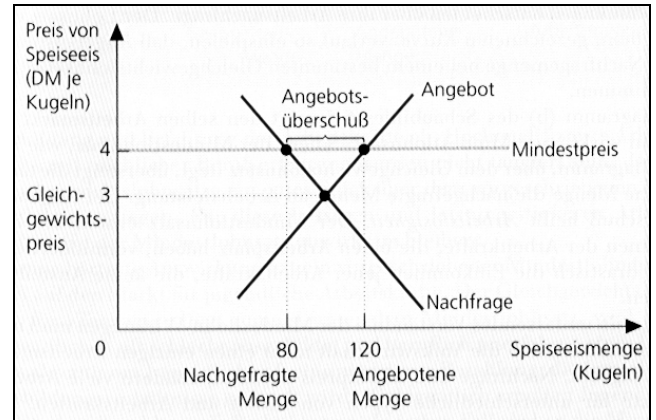


Diagramm (b)

#### *Speiseeis mit Mindestpreis:*

Nach Diagramm (a) wird ein Mindestpreis von DM 2 vorgeschrieben. Weil dieser Mindestpreis unter dem Gleichgewichtspreis von DM 3 liegt, bleibt er auf das Marktgeschehen wirkungslos. Es kommt zum Gleichgewicht bei einem Preis von DM 3 und einer Menge von 100 Stück (Kugeln Speiseeis).

Nach Diagramm (b) wird ein Mindestpreis von DM 4 gesetzt, der über dem Gleichgewichtspreis von DM 3 liegt und für den Markt wirksam ist. Zum Marktpreis von DM 4 wird sich ein Angebotsüberschuss von 40 Stück einstellen (Angebot 120 minus Nachfrage 80).

#### *Feststellung:*

Ein wirksamer **Mindestpreis** verursacht einen **Angebotsüberschuss**. Auch hier kann der Preis als Rationierungs- und Zuteilungsmechanismus funktionieren.

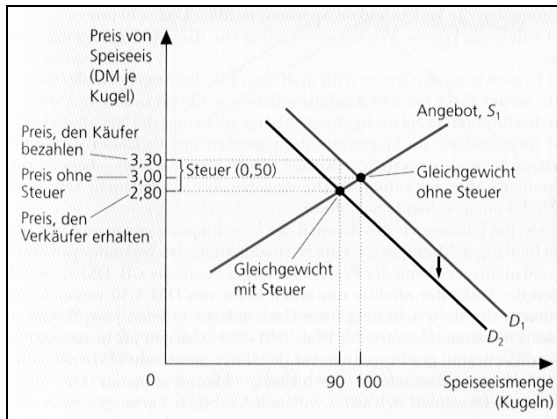
Mindestpreise in Form von Mindestlöhnen bieten hier viel Gesprächsstoff. Der hier auftretende **Angebotsüberschuss** wird **Arbeitslosigkeit** genannt.

### 2.3.1.3 Fazit

Freie Märkte rationieren die Güter über die Preise. Höchst- bzw. Mindestpreise schaden oft gerade jenen, denen geholfen werden soll.

## 2.3.2 Steuern

### 2.3.2.1 Eine Besteuerung von Käufern

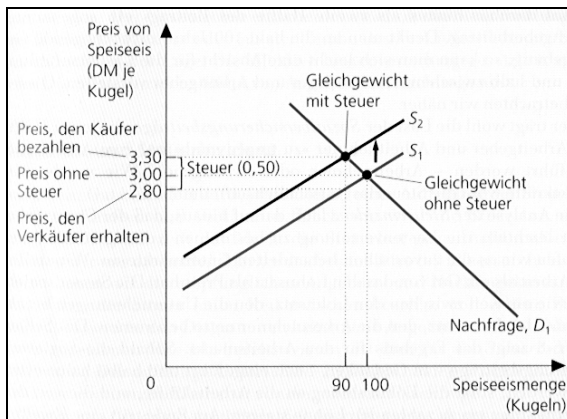


Wenn bei den Käufern eine Steuer von DM -.50 erhoben wird, verschiebt sich die Nachfragekurve von  $D_1$  um DM -.50 abwärts nach  $D_2$ . Die Gleichgewichtsmenge geht dadurch von 100 auf 90 zurück. Der Preis, den die Verkäufer Erlösen, sinkt von DM 3 auf DM 2.80. Der Preis, den die Käufer einschliesslich der Steuer bezahlen, steigt von DM 3 auf DM 3.30 an. Obwohl die Steuer bei den Käufern erhoben wird, tragen Käufer und Verkäufer letztlich die Steuer gemeinsam. Es findet eine automatische Teilung der Steuerlast statt.

#### Fazit:

- ❶ Steuern entmutigen die Marktkräfte. Sobald ein Gut besteuert wird, kommt es zu kleineren gehandelten Mengen im neuen Gleichgewicht.
- ❷ Käufer und Verkäufer tragen die Steuerlast anteilig gemeinsam. Im neuen Gleichgewicht bezahlen die Käufer mehr und die Verkäufer Erlösen weniger.

### 2.3.2.2 Eine Besteuerung von Verkäufern



Wenn die Steuer von DM -.50 bei den Verkäufern erhoben wird, verschiebt sich die Angebotskurve von  $S_1$  nach  $S_2$  nach oben. Die Gleichgewichtsmenge fällt von 100 auf 90 Stück. Der von den Käufern bezahlte Preis steigt von DM 3 auf DM 3.30. Der bei den Verkäufern nach Abführung der Steuer verbleibende Preis geht von DM 3 auf DM 2.80 zurück. Obwohl die Steuer bei den Verkäufern erhoben wird, kommt es zu einer Lastenteilung zwischen Käufern und Verkäufern.

### 2.3.2.3 Fazit

Steuern auf Käufer und Verkäufer sind äquivalent.



### 2.3.2.4 Elastizität und Steuerindex

#### Aufteilung der Steuern auf Käufer und Verkäufer:

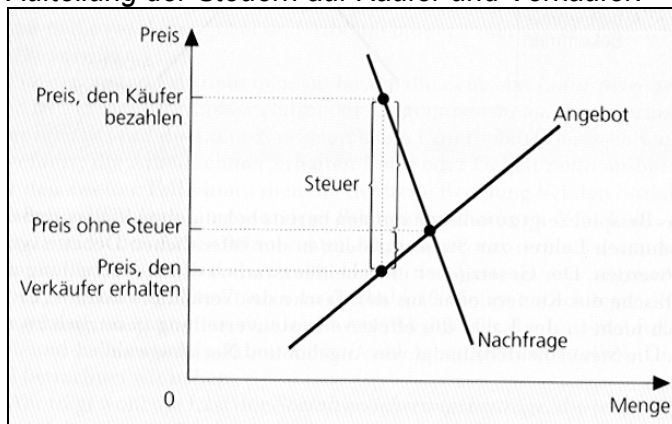


Diagramm (a)

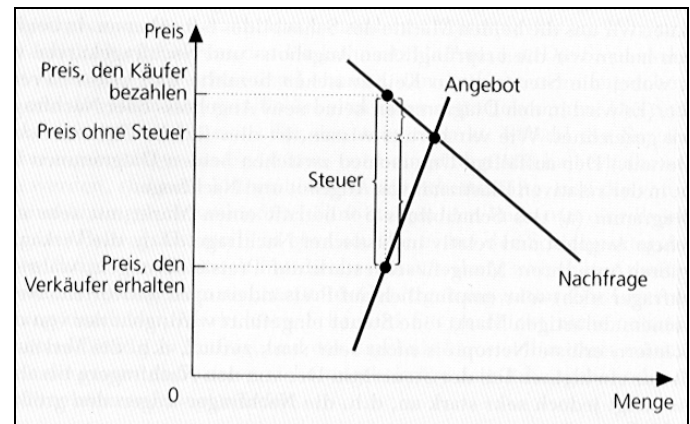


Diagramm (b)

Im Diagramm (a) ist die Angebotskurve elastisch und die Nachfragekurve unelastisch. Der von den Anbietern erlöste Preis geht nur relativ wenig zurück, der von den Nachfragern bezahlte Preis steigt vergleichsweise stark. Die Käufer tragen den grössten Teil der Steuerlast.

Dagegen ist im Diagramm (b) die Angebotskurve inelastisch und die Nachfragekurve elastisch. In diesem Falle geht der von den Anbietern erlöste Preis kräftig zurück, während der von den Nachfragern bezahlte Preis wenig ansteigt. Den grössten Teil der Steuerlast tragen die Verkäufer.

#### Schlussfolgerung:

Eine Steuerlast trifft jene Seite des Marktes schwerer, die weniger elastisch ist. Denn die Elastizität misst die Bereitschaft von Anbietern und Nachfragern, bei Verschlechterung der Bedingungen den Markt zu verlassen bzw. auf das Ereignis zu reagieren.

### 2.3.3 Zusammenfassung

- (i) Ein Höchstpreis (price ceiling) ist ein gesetzlich vorgeschriebener maximaler Preis für ein Gut (Ware und Dienstleistung). Beispiele gibt die Mietpreisbindung. Sofern der Höchstpreis unter dem Gleichgewichtspreis liegt, übersteigt die nachgefragte Menge die angebotene Menge. Wegen der Verknappung müssen die Anbieter zusätzlich zum Marktmechanismus ein Verfahren der Rationierung unter den Nachfragern finden.
- (ii) Ein Mindestpreis (price floor) ist ein gesetzlich vorgeschriebener minimaler Preis für ein Gut (Ware oder Dienstleistung). Ein Beispiel ist der Mindestlohn. Sofern der Mindestpreis über dem Gleichgewichtspreis liegt, übersteigt die angebotene Menge die nachgefragte Menge. Wegen des Überschusses muss zusätzlich zum Marktmechanismus ein Verfahren der Rationierung unter den Anbietern angewandt werden.
- (iii) Sobald Steuern auf ein gehandeltes Gut erhoben werden, geht die Gleichgewichtsmenge des Gutes zurück. Eine Steuer reduziert also das Marktvolumen.
- (iv) Eine Steuer treibt einen Keil zwischen den vom Käufer bezahlten und den vom Verkäufer erlösten Preis. Wenn der Markt beim neuen Gleichgewicht ankommt, bezahlen die Käufer mehr für ein Gut und die Verkäufer Erlösen weniger dafür. In diesem Sinne tritt eine Teilung der Steuerlast zwischen Käufern und Verkäufern ein. Die Steuerinzidenz hängt nicht davon ab, ob die Steuer vom Käufer oder vom Verkäufer bezahlt wird.
- (v) Die Steuerinzidenz hängt von der Preiselastizität von Angebot und Nachfrage ab. Die Steuerlast fällt tendenziell stärker auf jene Seite des Marktes, die eine geringere Preiselastizität aufweist, also weniger leicht mit Mengenänderungen auf die Steuer reagieren kann.

### 2.3.4 Stichworte

Höchstpreis	Mindestpreis	Steuerinzidenz
-------------	--------------	----------------

### 3 ANGEBOT UND NACHFRAGE II: MÄRKTE UND WOHLSTAND

#### 3.1 Kapitel 7: Konsumenten, Produzenten und die Effizienz von Märkten

##### ➔ Wohlfahrtsökonomie:

Lehre davon, wie die Allokation der Ressourcen die wirtschaftliche Wohlfahrt beeinflusst.

##### 3.1.1 Konsumentenrente

##### ➔ Zahlungsbereitschaft:

Der Höchstbetrag, den ein Käufer für ein Gut zu zahlen bereit ist.

##### ➔ Konsumentenrente:

Zahlungsbereitschaft (persönlicher Höchstpreis) des Käufers minus tatsächlich bezahlten Preis. Die Konsumentenrente misst somit den Nutzen eines Käufers aus der Teilnahme am Marktgeschehen.

Die Konsumentenrente ist eng mit der Nachfragekurve eines Gutes verknüpft. *Der Bereich unterhalb der Kurve und oberhalb des Preises misst die Konsumentenrente eines Marktes.*

##### ➔ Grenznachfrager: Ist der nachfragende Marktteilnehmer, der den Markt bei einem noch höheren Preis als erster verlassen wird.

Wie der Preis die Konsumentenrente beeinflusst:

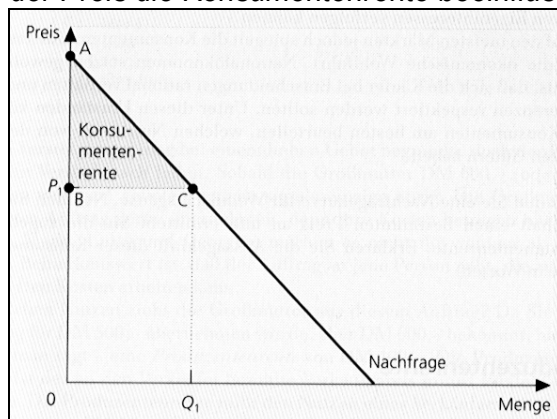


Diagramm (a)

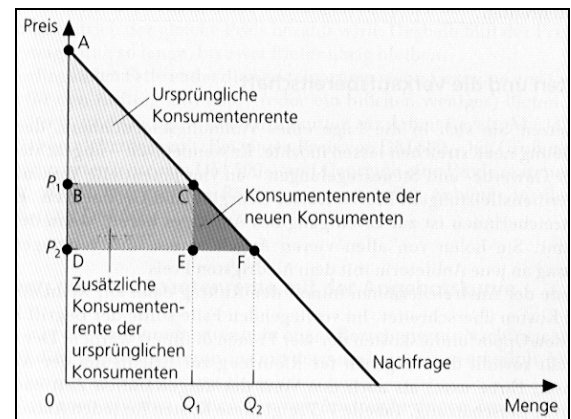


Diagramm (b)

Im Diagramm (a) wird zum Preis  $P_1$  die Menge  $Q_1$  nachgefragt. Die Konsumentenrente entspricht der Dreiecksfläche ABC. Wenn der Preis – wie in Diagramm (b) – von  $P_1$  auf  $P_2$  fällt und die Nachfragemenge von  $Q_1$  nach  $Q_2$  ansteigt, wächst die Konsumentenrente nun bis zur Dreiecksfläche ADF an. Der Zuwachs der Konsumentenrente (BCFD) ist teilweise den bisherigen Konsumenten wegen der geringeren Preise (BCED) und teilweise den neuen Konsumenten im Markt (CEF) zuzurechnen.

### 3.1.2 Produzentenrente

- ➔ **Kosten:** Wert von allem, worauf ein Unternehmer bei der Herstellung eines Gutes verzichten muss (Geldwert der Faktoreinsätze).
- ➔ **Produzentenrente:** Verkaufspreis minus Kosten des Gutes. Die Produzentenrente misst den Nutzen eines Verkäufers aus seiner Teilnahme am Marktgeschehen. Die Produzentenrente ist eng mit der Angebotskurve eines Gutes verknüpft. *Der Bereich unterhalb eines Preises und oberhalb der Angebotskurve misst die Produzentenrente eines Marktes.*
- ➔ **Grenzanbieter:** Ist der anbietende Marktteilnehmer, der den Markt bei einem noch niedrigeren Preis als erster verlassen wird.

Wie der Preis die Produzentenrente verändert:

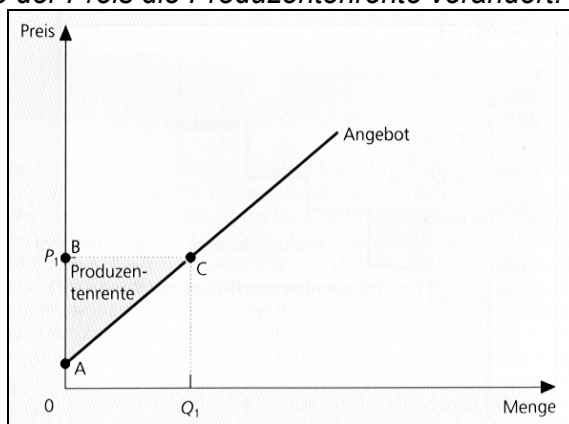


Diagramm (a)

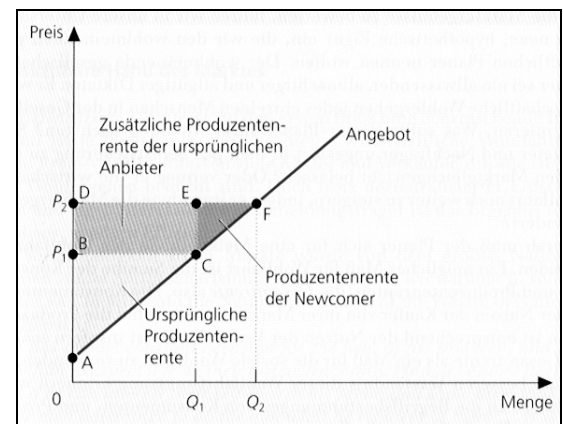
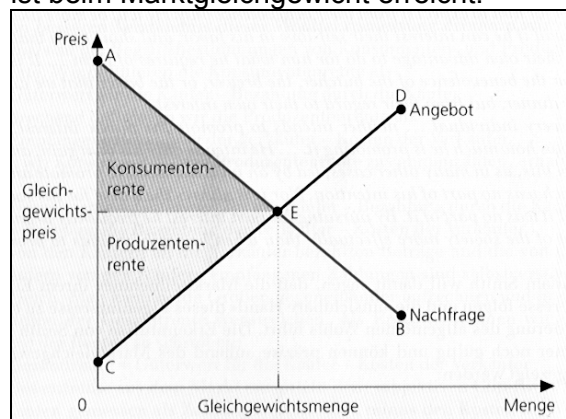


Diagramm (b)

Im Diagramm (a) ist der Preis  $P_1$ , die angebotene Menge  $Q_1$  und die Produzentenrente gleich der Dreiecksfläche ABC. Wenn der Preis – wie in Diagramm (b) – von  $P_1$  auf  $P_2$  steigt, erhöht sich die Angebotsmenge von  $Q_1$  auf  $Q_2$  und die Produzentenrente wächst auf die Fläche ADF an. Der Zuwachs an Produzentenrente (BCFD) ist teils auf eine Erhöhung bei den bisherigen Anbietern (BCED) und teils auf die Newcomer-Rente beim höheren Preis zurückzuführen (CEF).

### 3.1.3 Markteffizienz

- ➔ **Gesamtrente:** Ist ein mögliches Mass der Wohlfahrt. Es ist dies die Summe der Konsumenten- und der Produzentenrente.  
Gesamtrente = Güterwert für die Käufer – Kosten der Verkäufer  
Ist die Gesamtrente maximiert, ist die Allokation *effizient*. Die effiziente Allokation ist beim Marktgleichgewicht erreicht.

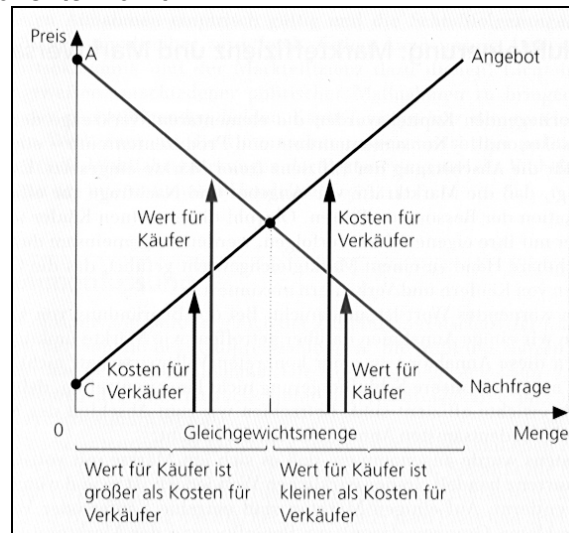


**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 30

- ➔ **Effizienz:** Eigenschaft einer bestimmten Ressourcenallokation, die Wohlfahrt aller Mitglieder der Gesellschaft zu maximieren. (→ Objektives Ziel; Grösse des Kuchens)  
Ist die Allokation nicht effizient, so besitzen einige Marktteilnehmer gegenüber anderen Marktvorteile. (→ Diskriminierung im Wohnungsmarkt)  
Dies trifft nur für Märkte mit vollständiger Konkurrenz zu. Sobald ein Marktteilnehmer die Marktmacht besitzt (→ Fähigkeit den Preis zu beeinflussen), kann dies zu Ineffizienz führen (→ Menge und Preis nicht mehr im Gleichgewicht).  
Dies ist ein Beispiel für das *Marktversagen*.
- ➔ **Gerechtigkeit:** Fairness der Wohlfahrtsverteilung unter den Mitgliedern der Gesellschaft. (→ Subjektives Ziel; Stückelung des Kuchens)

### Erkenntnisse über Marktergebnisse

- (1) Freie Märkte teilen das Güterangebot jenen Käufern zu, die es – gemessen an der Zahlungsbereitschaft – am höchsten schätzen und bewerten.
- (2) Freie Märkte teilen die Güternachfrage jenen Verkäufern zu, die zur Produktion mit den niedrigsten Kosten in der Lage sind.
- (3) Freie Märkte führen zur Produktion jener Gütermenge, die zum Maximum der Gesamtrente der Konsumenten und Produzenten führt.



### 3.1.4 Zusammenfassung

- (i) Die Konsumentenrente ist gleich der Zahlungsbereitschaft der Käufer minus der Summe der Kaufpreiszahlungen. Sie misst die Nutzen der Käufer aus der Marktteilnahme. Die Konsumentenrente kann durch Berechnung des Flächenstücks unter der Nachfragekurve und über dem Preis bestimmt werden.
- (ii) Die Produzentenrente ist gleich der Summe der eingenommenen Zahlungen für die Güter minus den Produktionskosten. Sie misst die Nutzen der Verkäufer aus der Marktteilnahme. Die Produzentenrente kann durch die Berechnung des Flächenstücks unter dem Preis und über der Angebotskurve bestimmt werden.
- (iii) Eine Allokation der Ressourcen, die zur Maximierung der Summe aus Konsumentenrente und Produzentenrente führt nennt man effizient. Politiker haben sich sehr oft mit der Effizienz der Märkte, aber auch mit der Gerechtigkeit der Marktergebnisse zu befassen.
- (iv) Das Marktgleichgewicht von Angebot und Nachfrage maximiert die Summe der Konsumentenrente und der Produzentenrente. Insofern führt die unsichtbare Hand des Marktes Käufer und Verkäufer zu einer effizienten Allokation der Ressourcen.
- (v) Märkte führen dann nicht zur effizienten Allokation der Ressourcen, wenn Umstände des Marktversagens vorliegen, wie z.B. Marktmacht oder Externalitäten.



**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 31

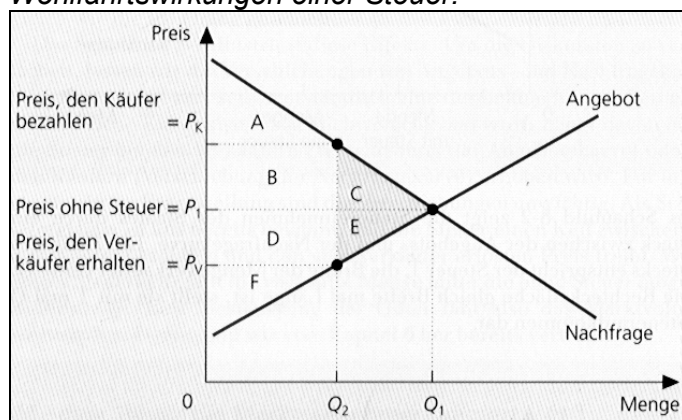
### 3.1.5 Stichworte

Effizienz	Produzentenrente	Gerechtigkeit
Wohlfahrtsökonomie	Konsumentenrente	Zahlungsbereitschaft
Kosten		

## 3.2 Kapitel 8: Anwendungen: Die Kosten der Besteuerung

### 3.2.1 Nettowohlfahrtsverlust einer Steuer

*Wohlfahrtswirkungen einer Steuer:*



Die Steuer auf ein Gut vermindert die Konsumentenrente (um die Fläche B + C) und die Produzentenrente (um die Fläche D + E). Da die Minderung von Konsumenten- und Produzentenrente grösser ist als das Steueraufkommen (Fläche B + D), stellt man einen Nettowohlfahrtsverlust durch die Besteuerung fest (Fläche C + E).

	Ohne Steuer	Mit Steuer	Unterschied
Konsumentenrente	A + B + C	A	- (B + C)
Produzentenrente	D + E + F	F	- (D + E)
Steueraufkommen	Null	B + D	+ (B + D)
Gesamtrente	A + B + C + D + E + F	A + B + D + F	- (C + D)

Wie man der Tabelle entnehmen kann übersteigen die Verluste der Käufer und Verkäufer durch die Einführung einer Steuer die staatlichen Steuereinnahmen. Es kommt zu einem *Nettowohlfahrtsverlust* von (C + D). Übersteigt nun der Wohlfahrtsverlust die z.B. Produzentenrente eines Marktteilnehmers, so steigt dieser aus (→Grenzanbieter). Es findet einerseits keinen Markt statt, andererseits verliert der Staat somit die (möglichen) Steuereinnahmen.

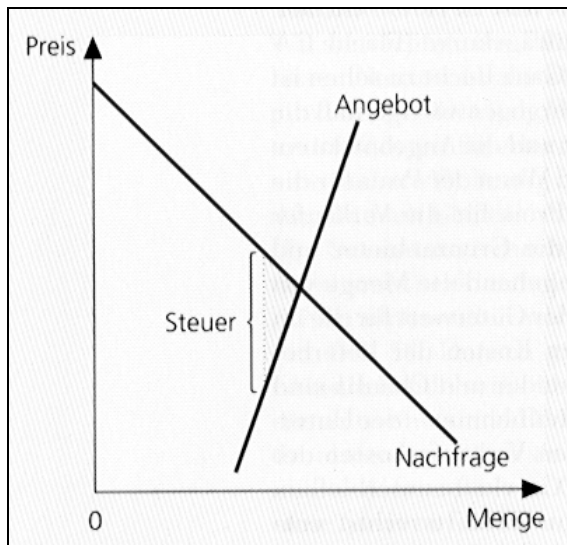
➔ Nettowohlfahrtsverlust:

Minderung der Gesamtrente durch eine Steuer.

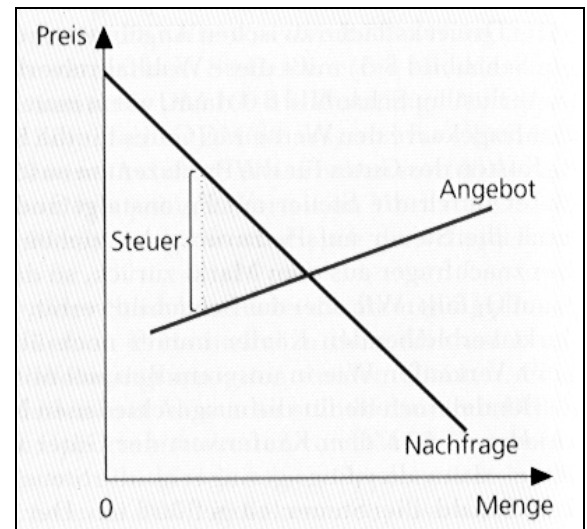
Steuern verursachen generell Nettowohlfahrtsverluste, weil sie die Käufer und die Verkäufer davon abhalten, in bestimmtem Umfang Handelsvorteile zu verwirklichen.

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 32

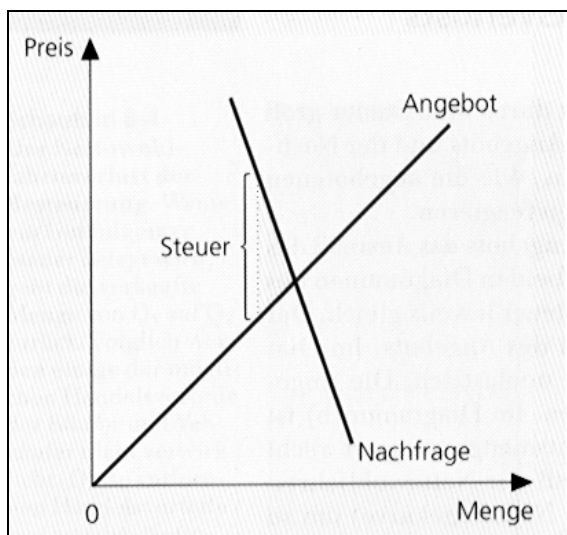
### 3.2.2 Bestimmung des Nettowohlfahrtsverlustes



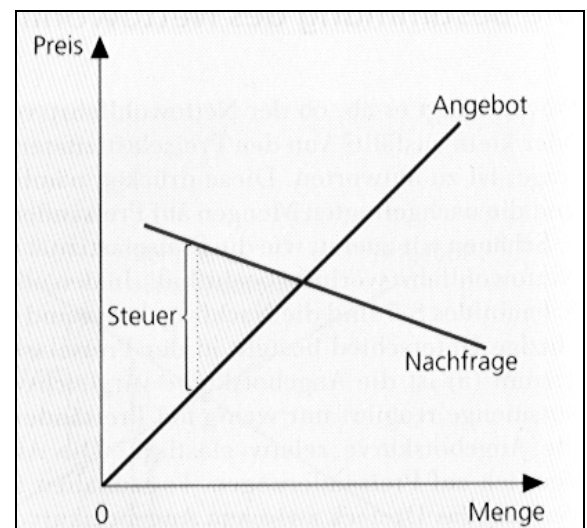
Unelastisches Angebot



Elastisches Angebot



Unelastische Nachfrage



Elastische Nachfrage

Je grösser die Preiselastizität von Angebot und Nachfrage sind, umso grösser werden die Nettowohlfahrtsverluste einer Steuer ausfallen.



**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 33

### 3.2.3 Nettowohlfahrtsverlust und Steueraufkommen bei variierendem Steuersatz

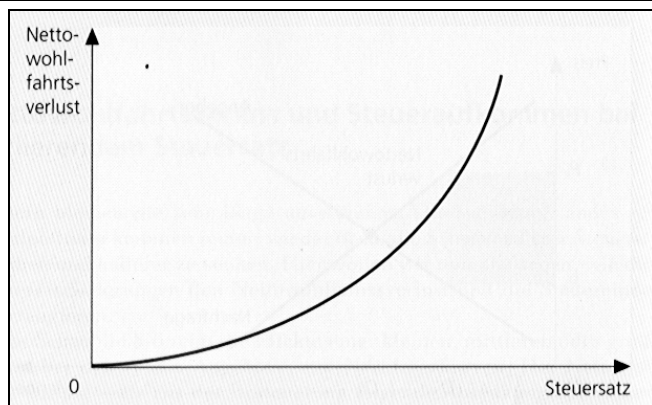


Diagramm (a)

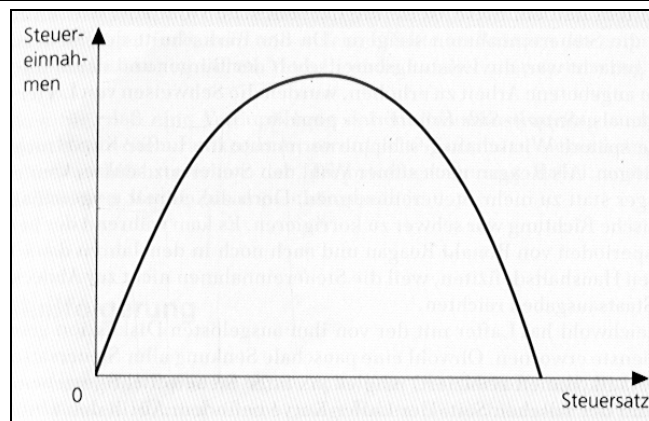


Diagramm (b)

Nach Diagramm (a) nimmt der Nettowohlfahrtsverlust mit dem Steuersatz zu. Das Diagramm (b) zeigt die so genannte Laffer-Kurve: Bei zunehmendem Steuersatz steigt das Steueraufkommen zunächst an, ehe es dann ab einem bestimmten Maximum zurückgeht.

### 3.2.4 Zusammenfassung

- (i) Eine Steuer auf ein Gut vermindert die Wohlfahrt von Käufern und Verkäufern dieses Gutes, wobei der Rückgang von Konsumenten- und Produzentenrente nicht von den erzielten Staatseinnahmen kompensiert wird. Den Rückgang der Gesamtrente – zusammengerechnet aus Konsumentenrente, Produzentenrente und Steueraufkommen – nennt man den Nettowohlfahrtsverlust einer Steuer.
- (ii) Steuern bewirken deshalb Nettowohlfahrtsverluste, weil sie die Käufer zur Einschränkung des Konsums und die Verkäufer zur Verminderung der Produktion veranlassen und dadurch die Marktgrösse unter das Optimum schrumpfen lassen. Mit den Preiselastizitäten von Angebot und Nachfrage kann man die zu erwartenden Reaktionen der Marktteilnehmer abschätzen: Grössere Elastizitäten implizieren höhere steuerbedingte Nettowohlfahrtsverluste.
- (iii) Eine wachsende Besteuerung schwächt zunehmend die Leistungsanreize und führt zu einem Anwachsen der Nettowohlfahrtsverluste. Mit dem Anstieg des Steuersatzes nehmen die Steuereinnahmen zunächst zu. Die Steigerung eines hohen Steuersatzes lässt jedoch gelegentlich das Steueraufkommen sinken, weil die Marktgrösse stark zurückgeht.

### 3.2.5 Stichworte

Nettowohlfahrtsverlust		
------------------------	--	--

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 34

## 4 EIN THEMA FÜR FORTGESCHRITTENE

### 4.1 Kapitel 21: Die Theorie der Konsumentscheidungen

Diese Theorie untersucht, wie Verbraucher unter Zielkonflikten Entscheidungen treffen und wie sie auf Änderungen in ihrem Umfeld reagieren.

Folgende Fragen werden deshalb im folgenden Kapitel beantwortet:

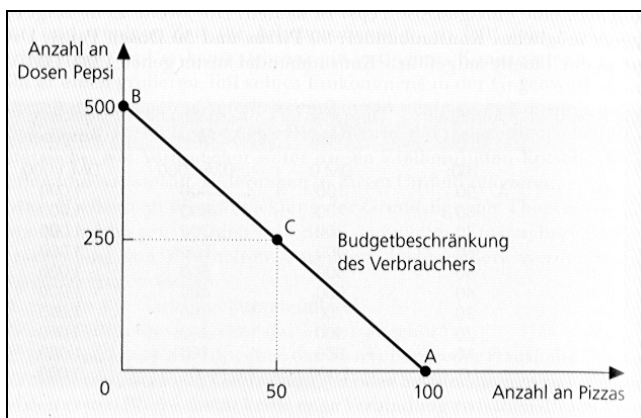
- 1.) Verlaufen alle Nachfragekurven fallend?
- 2.) Wie beeinflussen die Löhne das Arbeitsangebot?
- 3.) Wie beeinflussen die Zinssätze das Sparvolumen der Haushalte?
- 4.) Ziehen Ärmere es vor, Geldzahlungen oder Sachleistungen zu erhalten?

#### 4.1.1 Budgetbeschränkung – was der Konsument sich leisten kann

Die Menschen konsumieren weniger, als sie wünschen, weil ihre Ausgaben durch ihr Einkommen *beschränkt* sind.

##### ➔ Budgetbeschränkung:

Die Begrenzung der Konsumbündel, die der Verbraucher sich mit seinem Einkommen leisten kann.



##### *Budgetbeschränkung des Verbrauchers:*

Die Budgetbeschränkung zeigt die verschiedenen Güterbündel, die ein Konsument sich bei einem gegebenen Einkommen leisten kann. Hier erwirbt unser Konsument Kombinationen aus Pepsi und Pizza. Je mehr Pepsi er kauft, desto weniger Pizza kann er sich leisten und umgekehrt.

#### 4.1.2 Präferenzen oder was der Konsument will

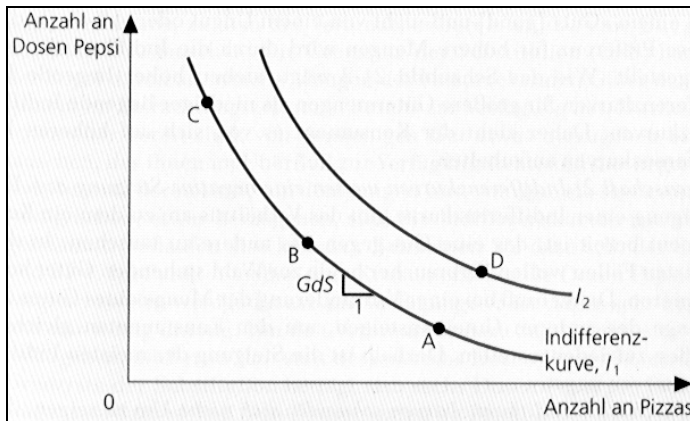
##### 4.1.2.1 Darstellung von Präferenzen mit Hilfe der Indifferenzkurve

➔ Indifferenzkurve: Eine Kurve, die all jene Konsumgüterbündel aufzeigt, die dem Verbraucher den gleichen Grad an Zufriedenheit stiften. Die Steigung der Indifferenzkurve (GdS) spiegelt den Grenznutzen eines Gutes bezogen auf den Grenznutzen des anderen Gutes wider.

Ziel eines Konsumenten ist es, die höchste Indifferenzkurve zu erreichen, somit also seinen Nutzen zu maximieren.

##### ➔ Grenzrate der Substitution GdS:

Das Verhältnis, zu welchem ein Konsument bereit ist, ein Gut gegen ein anderes zu tauschen.

**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 35**Die Präferenzen des Verbrauchers:**

Die Konsumentenpräferenzen werden mit Hilfe von Indifferenzkurven dargestellt, die jene Kombinationen von Pepsi und Pizza aufzeigen, die den Verbraucher gleichermassen zufrieden stellen. Da der Verbraucher höhere Mengen eines jeden Gutes vorzieht, werden Punkte auf einer höher liegenden Indifferenzkurve (hier  $I_2$ ) gegenüber Punkten auf einer niedriger liegenden Indifferenzkurve ( $I_1$ ) präferiert. Die Grenzrate der Substitution gibt das Verhältnis an, zu dem der Verbraucher bereit ist, Pizza gegen Pepsi zu tauschen.

**4.1.2.2 Vier Eigenschaften von Indifferenzkurven****Eigenschaft Nr. 1**

*Höher liegende Indifferenzkurven werden gegenüber niedriger liegenden bevorzugt.*

- ➔ Konsumenten ziehen in der Regel höhere Mengen eines Gutes niedrigeren Mengen vor.

**Eigenschaft Nr. 2**

*Indifferenzkurven weisen eine negative Steigung auf.*

- ➔ Die Steigung einer Indifferenzkurve gibt das Verhältnis an, zu dem ein Konsument bereit ist, das eine Gut gegen das andere zu tauschen. Da der Verbraucher meistens beide Güter kombiniert konsumieren will, führt eine Verminderung der Menge eines Gutes zum Anstieg der Menge des anderen.

**Eigenschaft Nr. 3**

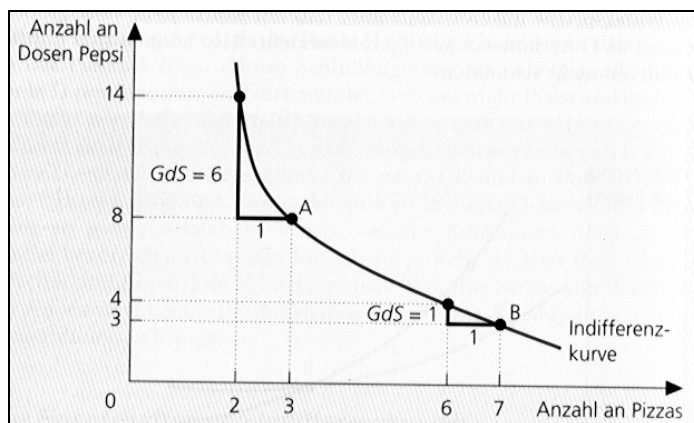
*Indifferenzkurven schneiden sich nicht.*

- ➔ Würden sich die Indifferenzkurven schneiden, wäre Eigenschaft Nr. 1 nicht mehr erfüllt. Ein Teil der einen Indifferenzkurve würde höher, der andere Teil niedriger liegen im Vergleich zur zweiten Indifferenzkurve.

**Eigenschaft Nr. 4**

*Indifferenzkurven verlaufen konvex.*

- ➔ Die Steigung einer Indifferenzkurve entspricht der Grenzrate der Substitution.

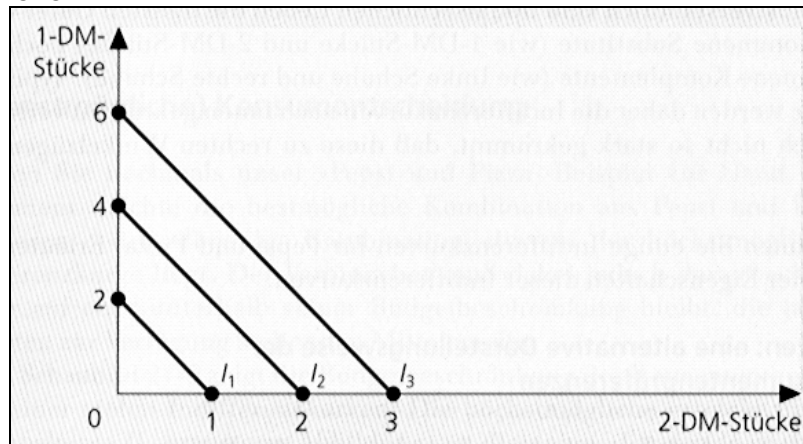


**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 36

#### 4.1.2.3 Zwei extreme Beispiele

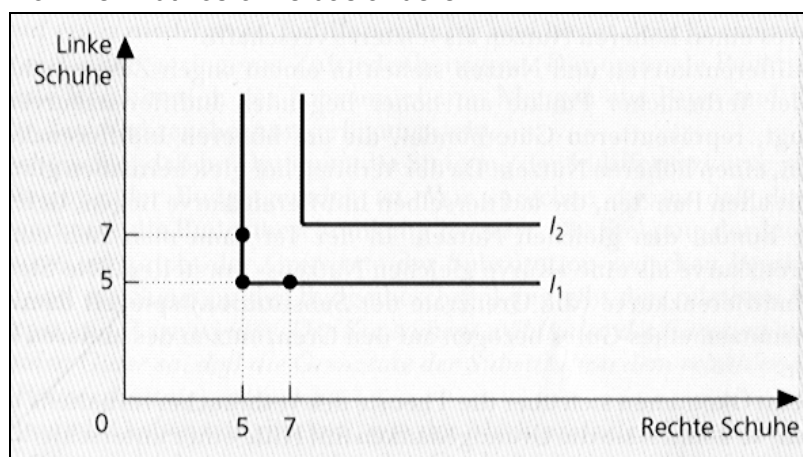
##### ➔ Vollkommene Substitute:

Zwei Güter, deren Indifferenzkurven linear verlaufen. Man kann das eine Gut leicht gegen das andere ersetzen.



##### ➔ Vollkommene Komplemente:

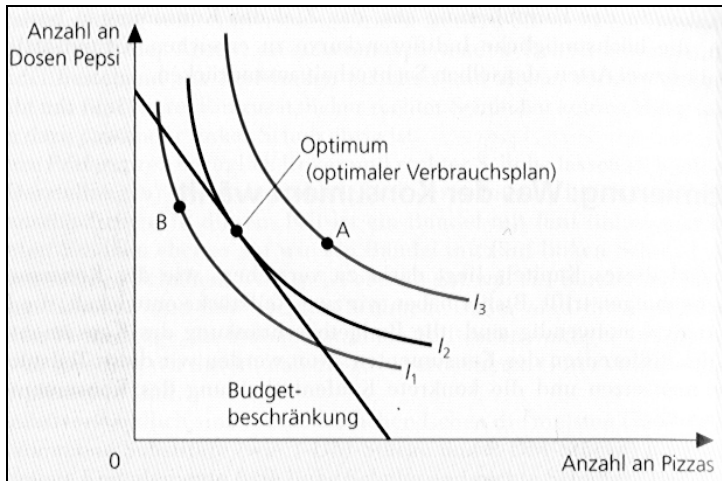
Zwei Güter, deren Indifferenzkurven rechtwinklig verlaufen. Das eine Gut ist vollkommen nutzlos ohne das andere.





### 4.1.3 Optimierung: Was der Konsument wählt

#### 4.1.3.1 Die bestmögliche Konsumententscheidung

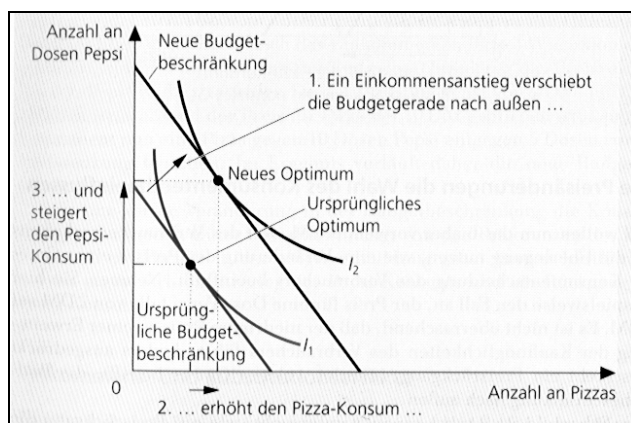


##### Das Haushaltsoptimum / Der optimale Verbrauchsplan:

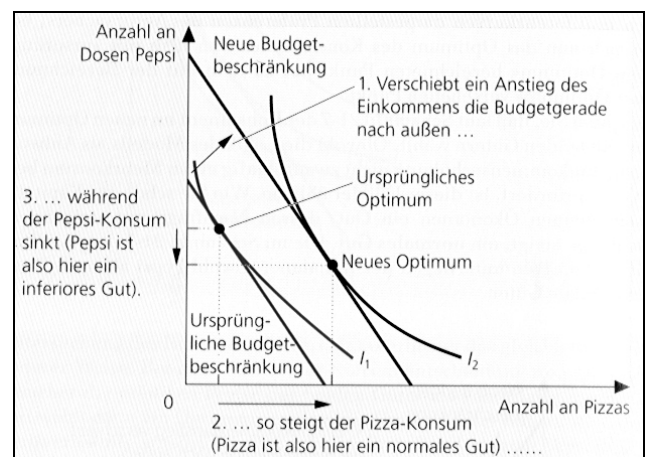
Der Konsument wählt denjenigen Punkt auf seiner Budgetbeschränkung, der auf der höchsten Indifferenzkurve liegt. In diesem Punkt, (Haushalts-)Optimum genannt, entspricht die Grenzrate der Substitution (GdS; Verbraucherseite) genau dem relativen Preis (Preisverhältnis; Herstellerseite) der beiden Güter: Hier ist  $I_2$  die höchstmöglich erreichbare Indifferenzkurve des Konsumenten. Der Verbraucher würde den Punkt A, der auf der Indifferenzkurve  $I_3$  liegt, vorziehen, er kann sich jedoch die dadurch repräsentierte Kombination aus Pepsi und Pizza nicht leisten. Im Gegensatz dazu kann er sich den Punkt B leisten, da dieser auf einer niedrigeren Indifferenzkurve liegt, aber er wird ihn nicht wählen.

#### 4.1.3.2 Wie Einkommensänderungen die Entscheidung des Konsumenten beeinflusst

- ➔ Normales Gut: Ein Gut, dessen nachgefragte Menge bei einem Einkommenszuwachs ansteigt.
- ➔ Inferiores Gut: Ein Gut, dessen nachgefragte Menge bei einem Einkommenszuwachs sinkt.

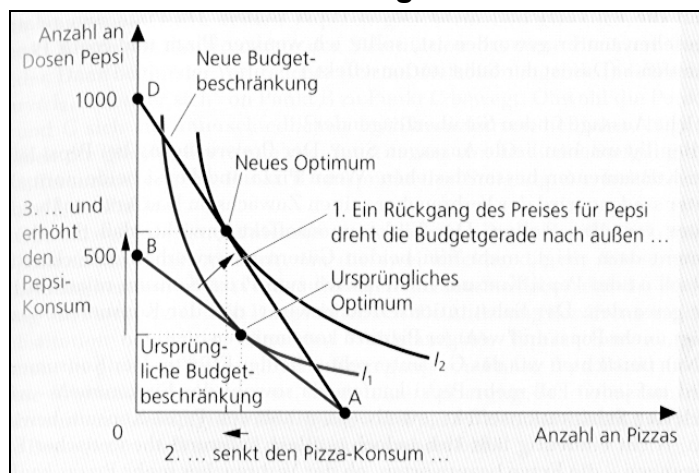


Normales Gut



Inferiores Gut



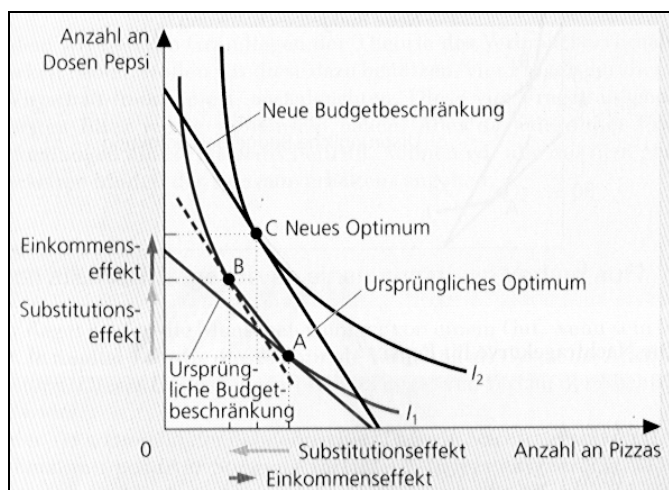
**4.1.3.3 Wie Preisänderungen die Wahl des Konsumenten beeinflusst****4.1.3.4 Einkommens- und Substitutionseffekt**➔ Einkommenseffekt:

Diejenige Veränderung der Konsummenge, die eintritt, wenn eine Preisveränderung den Konsumenten auf eine höher oder niedriger liegende Indifferenzkurve gelangen lässt.

➔ Substitutionseffekt:

Diejenige Veränderung der Konsummenge, die eintritt, wenn eine Preisveränderung eine Bewegung entlang einer gegebenen Indifferenzkurve hin zu einem Punkt mit einer neuen Grenzrate der Substitution auslöst.

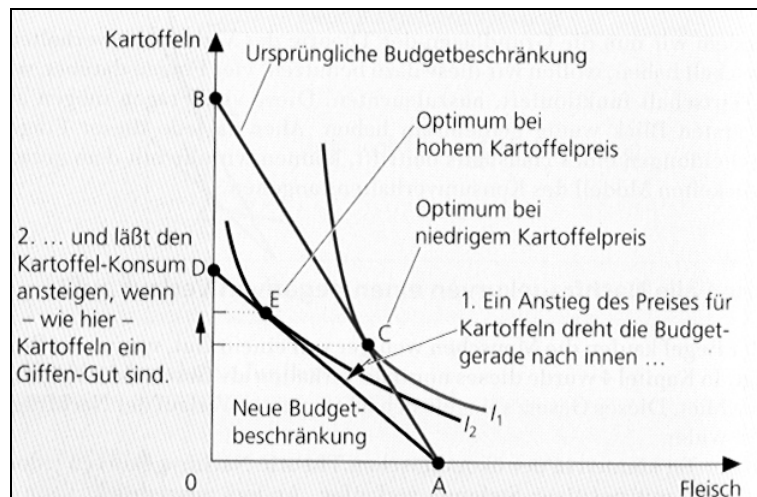
Gut	Einkommenseffekt	Substitutionseffekt	Gesamteffekt
<b>Pepsi</b>	Der Verbraucher ist reicher, also kauft er mehr Pepsi.	Pepsi ist relativ billig, also kauft der Verbraucher mehr Pepsi.	Einkommens- und Substitutionseffekt wirken in dieselbe Richtung, also kauft der Verbraucher mehr Pepsi.
<b>Pizza</b>	Der Verbraucher ist reicher, also kauft er mehr Pizza.	Pizza ist relativ teuer, also kauft der Verbraucher weniger Pizza.	Einkommens- und Substitutionseffekt wirken in entgegengesetzter Richtung; daher ist der Gesamteffekt bezüglich der konsumierten Pizza-Menge nicht eindeutig.
<b>Generell</b>	Bewegung von Punkt B auf der Indifferenzkurve $I_1$ zu Punkt C auf der Indifferenzkurve $I_2$ .	Bewegung von Punkt A zu Punkt B entlang der Indifferenzkurve $I_1$ .	Bewegung von Punkt A zu Punkt C.



## 4.1.4 Vier Anwendungen

### 4.1.4.1 Giffen-Güter brechen das Gesetz der Nachfrage

- ➔ Giffen-Güter: Sind inferiore Güter, bei denen der Einkommenseffekt den Substitutionseffekt dominiert.  
Bei einem Preisanstieg von Gut 1 (lebensnotwendig) gegenüber Gut 2 (Luxusgut) wird Gut 1 trotzdem mehr nachgefragt.

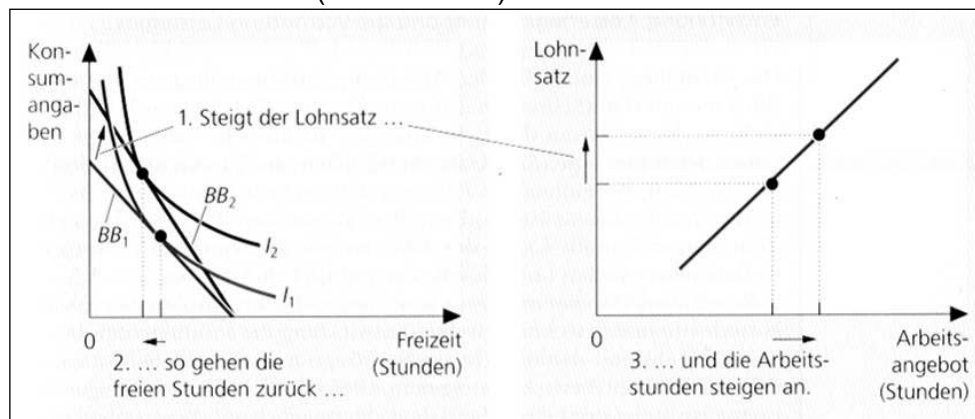


### 4.1.4.2 Wie beeinflussen die Löhne das Arbeitsangebot?

Es gibt zwei Möglichkeiten, wie z.B. eine Lohnerhöhung auf die Arbeitsangebotskurve reagiert.

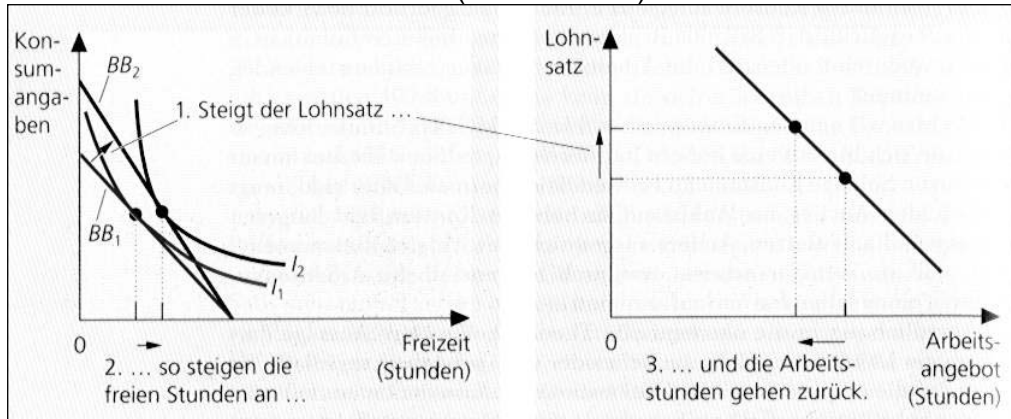
#### Möglichkeit Nr. 1

Der Arbeitnehmer wird durch die Lohnerhöhung motiviert. Er arbeitet somit mehr, auf Kosten der Freizeit. Dies führt zu einer steigenden Angebotskurve. Der Substitutionseffekt (mehr Einkommen) dominiert den Einkommenseffekt (mehr Freizeit).



**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 40**Möglichkeit Nr. 2**

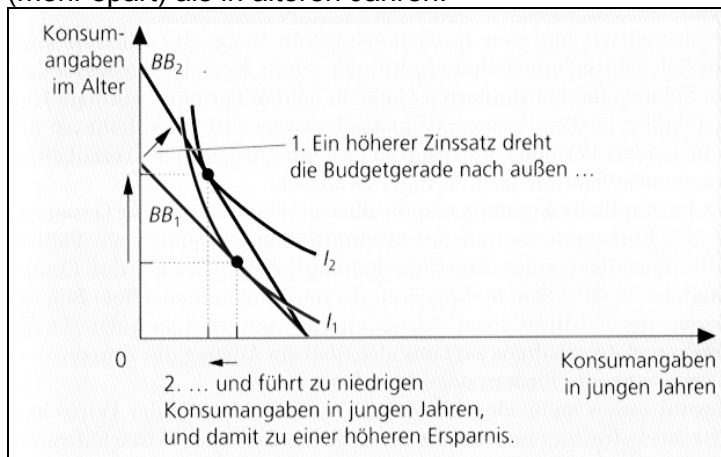
Der Arbeitnehmer will sein Einkommen, auch durch die Lohnerhöhung, nicht erhöhen. Er arbeitet somit weniger, hat mehr Freizeit. Das Einkommen hält er konstant gleich. Dies führt zu einer fallenden Angebotskurve. Der Einkommenseffekt (mehr Freizeit) dominiert den Substitutionseffekt (mehr Lohn).

**4.1.4.3 Wie beeinflussen Zinsen die Sparscheidungen eines Haushalts?**

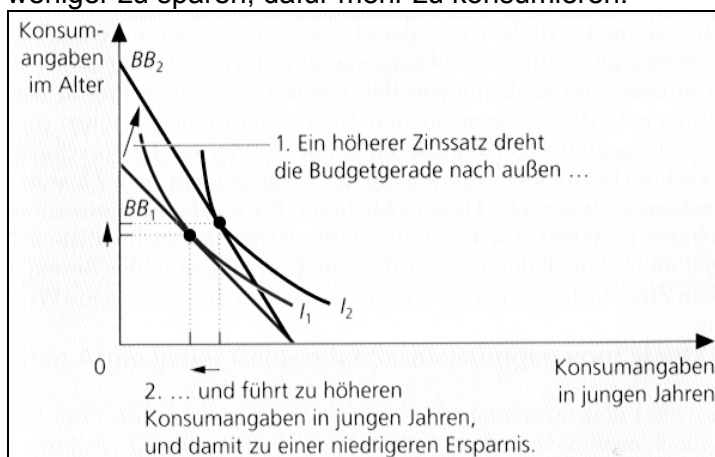
Es gibt zwei Möglichkeiten, wie z.B. eine Zinserhöhung sich auf das Sparverhalten auswirkt.

**Möglichkeit Nr. 1**

Steigt der Zinssatz an, wird der Konsum im Alter im Vergleich zum Konsum in jungen Jahren weniger kostspielig. Der Substitutionseffekt bewirkt daher, dass der Sparer in jungen Jahren weniger konsumiert (mehr spart) als in älteren Jahren.

**Möglichkeit Nr. 2**

Steigt der Zinssatz an, so begibt sich der Sparer auf eine höhere Indifferenzkurve. Er steht nun besser da als zuvor ( $\rightarrow$  bei normalen Gütern). Der Einkommenseffekt veranlasst ihn nun dazu, in jungen Jahren weniger zu sparen, dafür mehr zu konsumieren.

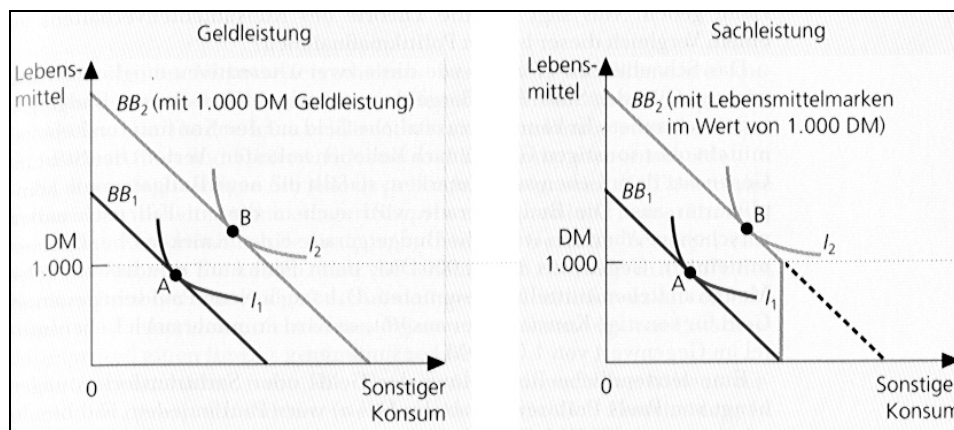


**4.1.4.4 Erhalten Arme lieber Geld- oder Sachleistungen vom Staat?**

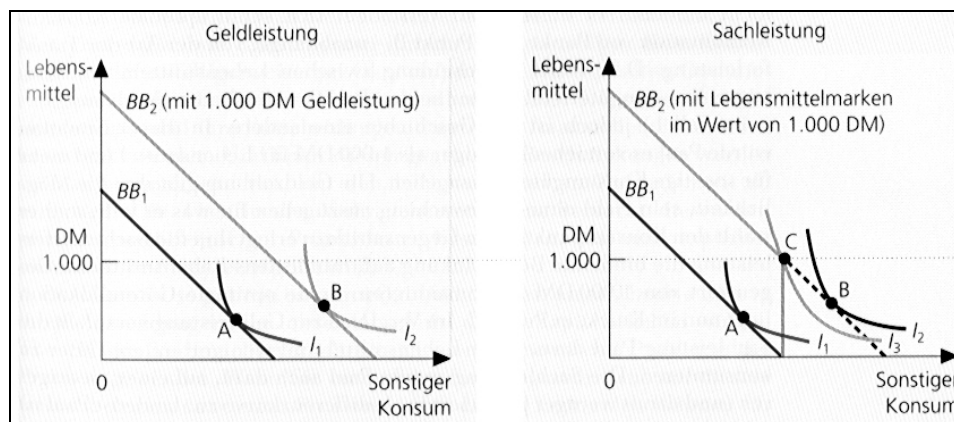
Der Effekt läuft schlussendlich darauf aus, ob durch Sachleistungen eine Beschränkung für den Konsumenten darstellt und ob diese Beschränkung bindend ist (→z.B. 1'000 DM bar oder in Lebensmittelmarken).

**Beschränkung nicht bindend**

Der Knick in der Indifferenzkurve bei Lebensmitteln im Wert von 1'000 DM wirkt sich nicht auf den Konsumenten aus. Er gibt pro Monat sowieso mehr als 1'000 DM aus.

**Beschränkung bindend**

Der Knick in der Indifferenzkurve kommt zum Tragen. Der Konsument gibt eigentlich pro Monat weniger als 1'000 DM für Lebensmittel aus (Punkt B). Nur, will er jetzt von der Unterstützung vollumfänglich profitieren, muss er die gesamten Lebensmittelmarken „verkonsumieren“. Die Indifferenzkurve verschiebt sich zwangsläufig auf Punkt C.





**Fach** Volkswirtschaft / Zusammenfassung Lehrbuch**Datum** 29.10.2002**Thema** „Mankiw – Grundzüge der VWL“ (1999)**Seite** 42

### 4.1.5 Zusammenfassung

- (i) Die Budgetgerade eines Konsumenten zeigt die möglichen Kombinationen unterschiedlicher Güter, die er sich bei gegebenen Preisen leisten kann.
- (ii) Die Indifferenzkurven eines Konsumenten bilden seine Präferenzen ab. Eine Indifferenzkurve zeigt die verschiedenen Güterbündel, die den Verbraucher gleichermassen glücklich machen. Punkte auf höheren Indifferenzkurven werden gegenüber Punkten niedriger liegenden Indifferenzkurven vorgezogen. Die Steigung einer Indifferenzkurve entspricht in jedem Punkt der Grenzrate der Substitution des Konsumenten – das ist dasjenige Verhältnis, zu dem ein Verbraucher bereit ist, ein Gut gegen das andere zu tauschen.
- (iii) Der Konsument optimiert, indem er denjenigen Punkt auf der Budgetgerade wählt, der auf der höchstmöglich erreichbaren Indifferenzkurve liegt. In diesem Punkt entspricht die Steigung der Indifferenzkurve (die Grenzrate der Substitution zwischen den Gütern) genau der Steigung der Budgetbeschränkung (dem relativen Preis der Güter).
- (iv) Fällt der Preis eines Gutes, so kann die Wirkung auf die Konsumententscheidung des Verbrauchers in einem Einkommens- und einen Substitutionseffekt aufgeteilt werden. Der Einkommenseffekt gibt die Veränderung der konsumierten Menge an, die dadurch entsteht, dass ein niedrigerer Preis den Verbraucher besser stellt. Der Substitutionseffekt ist diejenige Veränderung in den konsumierten Mengen, die daraus resultiert, dass eine Preisänderung einen höheren Konsum desjenigen Gutes fördert, das relativ billiger geworden ist. Der Einkommenseffekt spiegelt sich in der Bewegung von einer niedrigeren zu einer höheren Indifferenzkurve wider, wohingegen der Substitutionseffekt durch eine Bewegung entlang einer Indifferenzkurve hin zu einem Punkt mit veränderter Steigung charakterisiert ist.
- (v) Die Theorie des Verbraucherverhaltens kann auf viele Situationen Anwendung finden. Mit ihrer Hilfe kann erklärt werden, warum Nachfragekurven eine positive Steigung aufweisen können, warum Lohnerhöhungen das Arbeitsangebot sowohl erhöhen als auch senken können und warum die Ärmere Geldleistungen gegenüber Sachleistungen vorziehen.

### 4.1.6 Stichworte

Budgetbeschränkung	Normales Gut	Inferiores Gut
Indifferenzkurve	Grenzrate der Substitution	Einkommenseffekt
Vollkommene Substitute	Vollkommene Komplemente	Substitutionseffekt
Giffen-Gut		