

Inhaltsverzeichnis

Symbolverzeichnis	13
1 Jeder ist ein Ökonom	17
2 Mikroökonomie - eine kurze Geschichte	23
I Der Markt	29
3 Am Anfang ist das Modell	31
3.1 Das Modell	32
3.1.1 Grundannahmen	33
3.1.1.1 Rationalität	33
3.1.1.2 Mehr ist besser	35
3.1.1.3 Weniger ist besser	37
3.1.2 Modellannahmen	38
3.1.3 Opportunitätskosten und ökonomischer Gewinn	40
3.1.4 Die Variablen	44
3.2 Marktmodelle	47
3.2.1 Vollkommene oder unvollkommene Märkte	49
3.2.2 Märkte mit und ohne Barrieren	51
3.2.3 Eine Übersicht über verschiedene Marktformen	52
3.2.4 Die Marktteilnehmer	54
3.3 Methodik und Analyse	56
4 Angebot und Nachfrage	61
4.1 Die Entstehung der Nachfragekurve	61
4.1.1 Einflussgrößen der Nachfrage	64
4.1.2 Die Nachfragekurven	69
4.2 Die Entstehung der Angebotskurve	71
4.2.1 Einflussgrößen des Angebots	72
4.2.2 Die Angebotskurven	74
4.3 Das Marktgleichgewicht und Soziale Wohlfahrt	76
4.3.1 Das Marktgleichgewicht	76
4.3.2 Die Soziale Wohlfahrt	77

II Konsumenten und Haushalte (Haushaltstheorie)	81
5 Die Konsumententscheidung und ihre Grundlagen	83
5.1 Wozu nutzt der Nutzen	83
5.1.1 Gesamtnutzen und Grenznutzen eines Gutes	84
5.1.2 Das Gesetz des abnehmenden Grenznutzens und eine Nutzenfunktion für alle Güter	89
5.2 Die Präferenzen	91
5.2.1 Die Präferenzordnung mit Annahmen	91
5.2.1.1 Indifferenzkurven	95
5.2.1.2 Normale Präferenzen	98
5.2.1.3 Nicht normale Präferenzen	103
5.2.2 Bestimmung von Indifferenzkurven	106
5.2.2.1 Bestimmung bei normalen Präferenzen	106
5.2.2.2 Bestimmung bei besonderen Präferenzen	107
5.3 Das Budget	109
5.3.1 Budgetrestriktion und Konsummöglichkeitenmenge	109
5.3.2 Das Verhalten der Budgetgeraden	113
5.3.3 Beispiele für besondere Budgetgeraden	115
5.4 Die optimale Entscheidung	118
5.4.1 Die grafische Analyse	118
5.4.2 Optimale Entscheidung bei nicht normalen Präferenzen	122
5.5 Appendix	125
6 Die Nachfrage nach Gütern	129
6.1 Die individuelle Nachfragekurve	130
6.1.1 Herleitung der Nachfragekurve	132
6.1.2 Die eigene (direkte) Preiselastizität	134
6.1.3 Die indirekte (Kreuz-) Preiselastizität	138
6.1.4 Die Engelkurve	141
6.1.5 Einkommenselastizitäten	142
6.2 Der Einkommens- und Substitutionseffekt	145
6.2.1 Der Slutsky-Preiseffekt	146
6.2.2 Ein Beispiel zum Slutsky-Preiseffekt	151
6.2.2.1 Ein Beispiel zum Substitutionseffekt	151
6.2.2.2 Ein Beispiel zum Einkommenseffekt	152
6.2.2.3 Das komplette Beispiel zum Preiseffekt	152
6.2.3 Der Hicks-Preiseffekt	152
6.2.4 Zusammenfassung des Slutsky- und Hicks-Preiseffektes	154
6.3 Die Marktnachfrage	154
6.3.1 Horizontale Aggregation	155
6.3.2 Vertikale Aggregation	158
6.4 Appendix	161
6.4.1 Darstellung der Preiselastizität mittels des natürlichen Logarithmus	161
6.4.2 Herleitung der Slutsky-Gleichung	163
7 Tausch - die Interaktion zur Nutzenmaximierung	167

7.1	Tausche Gegenwart mit Zukunft!	169
7.1.1	Der einfache Zwei-Perioden Fall	169
7.1.2	Kredit und Zinsen	170
7.1.3	Kaufkraftverlust - Inflation als negativer Zins	174
7.1.4	Die optimale Entscheidung einer Konsumentin über zwei Perioden	180
7.2	Tauschpartner gesucht	189
7.2.1	Vorteile vom Tausch mit anderen Marktteilnehmern	189
7.2.2	Die Edgeworth-Box	193
7.3	Appendix	208
8	Die Wohlfahrt der Konsumenten	211
8.1	Die Konsumentenrente	213
8.2	Die kompensatorische Variation	217
8.3	Die äquivalente Kompensation	222
8.4	Zusammenführung der Wohlfahrtsmaße	223
8.5	Ein Beispiel mit einer Cobb-Douglas Nutzenfunktion	229
8.6	Appendix	233
III	Die Firma (Unternehmenstheorie)	235
9	Die Investitionsentscheidung und ihre Grundlagen	237
9.1	Bedarf eines Unternehmens	238
9.1.1	Der Unternehmer	238
9.1.2	Die Idee - das Produkt	243
9.1.3	Inputs	246
9.1.3.1	Die klassischen Produktionsfaktoren	246
9.1.3.2	Nicht klassische Produktionsfaktoren und weitere Unterscheidungen	249
9.2	Produktion und Transformation	252
9.2.1	Die Produktionsfunktion	252
9.2.2	Produktionscharakteristika	256
9.2.3	Die Transformationskurve	258
9.3	Die Break-Even-Analyse und die ideale Unternehmensgröße	264
9.4	Kostenarten	268
9.4.1	Fixe Kosten	268
9.4.2	Variable Kosten	269
9.4.3	Gesamtkosten	270
9.4.4	Stückkosten	272
9.4.5	Grenzkosten	274
9.4.6	Die langfristige Betrachtung der Kostenarten	278
9.5	Das Prinzip der effizienten Produktion	283
9.5.1	Die Minimierung der Kosten	284
9.5.2	Die Maximierung der Gewinne	287
9.6	Appendix	295
9.6.1	Schnittpunkt der Durchschnittskosten mit den Grenzkosten	295
9.6.2	Die Grenzrate der technischen Substitution	295

10 Das Angebot eines Unternehmens im Wettbewerb	297
10.1 Der Konkurrenzmarkt	297
10.2 Der Erlös eines Konkurrenzunternehmens	300
10.3 Die Angebotskurve im Wettbewerb	303
10.3.1 Das kurzfristige Angebot eines Konkurrenzunternehmens	303
10.3.2 Das langfristige Angebot bei konstanter Betriebsgröße eines Konkurrenzunternehmens	305
10.3.3 Das kurzfristige und langfristige Angebot in einer Branche	308
10.3.4 Das Branchenangebot im Zeitablauf	318
10.4 Die Produzentenrente	321
10.5 Appendix	325
11 Das Angebot eines Monopolisten	327
11.1 Das Monopol	328
11.2 Die Existenz von Monopolen	331
11.3 Die Gewinnmaximierung eines Monopolisten	341
11.4 Noch einmal das natürliche Monopol	348
11.5 Ausnutzen der Marktmacht - Preisdiskriminierung	353
11.5.1 Preisdiskriminierung ersten Grades	355
11.5.2 Preisdiskriminierung zweiten Grades	357
11.5.3 Preisdiskriminierung dritten Grades	364
11.6 Die Wohlfahrt in einem Monopol	366
11.6.1 Das einfache Monopol	366
11.6.2 Monopolistische Konkurrenz	368
11.7 Abschließende Bemerkungen zum Monopol	370
12 Das Angebot eines Oligopolisten	373
12.1 Das Oligopol	373
12.2 Gleichgewichte durch simultane Bewegungen	376
12.2.1 Simultane Mengenfestsetzung, das Cournot-Modell	376
12.2.2 Simultane Preisfestsetzung, das Bertrand-Modell	383
12.3 Gleichgewichte mit einem Marktführer	385
12.3.1 Der Mengenführer und sein Anpasser	386
12.3.2 Der Preisführer und sein Anpasser	388
12.4 Abschließende Bemerkungen zu oligopolistischen Gleichgewichten	391
IV Gleichgewicht, Staat und Gesellschaft	397
13 Das Marktgleichgewicht	399
13.1 Die Edgeworth-Box und Produktion	399
13.2 Die Bedeutung des Marktgleichgewichts	403
13.3 Das Marktgleichgewicht in der komparativ statischen Analyse	409
13.4 Das Marktgleichgewicht in der dynamischen Analyse	411
14 Marktversagen	421
14.1 Externe Effekte	421
14.2 Öffentliche Güter	426

14.3 Ein hypothetisches Gleichgewicht und Marktversagen	428
15 Der Staat	437
15.1 Das Angebot eines öffentlichen Gutes	438
15.2 Die Finanzierung des Staates	444
15.3 Steuern und das Arbeitsangebot	450
15.4 Appendix	458
Fazit	459
Literaturverzeichnis	461
Stichwortverzeichnis	469