

# INHALTSVERZEICHNIS

<b>SYMBOLVERZEICHNIS</b>	<b>10</b>
<b>EINFÜHRUNG</b>	<b>13</b>
1 Jeder ist ein Ökonom	13
2 Mikroökonomie – eine kurze Geschichte	18
<b>I. DER MARKT</b>	<b>23</b>
3 Am Anfang ist das Modell	23
3.1 Das Modell	24
3.1.1 Grundannahmen	24
3.1.1.1 Rationalität	24
3.1.2 Mehr ist besser	26
3.1.1.3 Weniger ist besser	28
3.1.2 Modellannahmen	29
3.1.3 Opportunitätskosten und ökonomischer Gewinn	30
3.1.4 Die Variablen	34
3.2 Marktmodelle	36
3.2.1 Vollkommene oder unvollkommene Märkte	38
3.2.2 Märkte mit und ohne Barrieren	40
3.2.3 Eine Übersicht über verschiedene Marktformen	41
3.2.4 Die Marktteilnehmer	43
3.3 Methodik und Analyse	44
4 Angebot und Nachfrage	47
4.1 Die Entstehung der Nachfragekurve	47
4.1.1 Einflussgrößen der Nachfrage	49
4.1.2 Die Nachfragekurven	54
4.2 Die Entstehung der Angebotskurve	56
4.2.1 Einflussgrößen des Angebots	57
4.2.2 Die Angebotskurven	58
4.3 Das Marktgleichgewicht und die Soziale Wohlfahrt	60
4.3.1 Das Marktgleichgewicht	60
4.3.2 Die Soziale Wohlfahrt	61
<b>II. KONSUMENTEN UND HAUSHALTE (HAUSHALTSTHEORIE)</b>	<b>65</b>
5 Die Entscheidung und ihre Grundlagen	65
5.1 Wozu nutzt der Nutzen	65
5.1.1 Gesamtnutzen und Grenznutzen eines Gutes	66
5.1.2 Das Gesetz des abnehmenden Grenznutzens und eine Nutzenfunktion für alle Güter	70
5.2 Die Präferenzen	72
5.2.1 Die Präferenzordnung mit Annahmen	72

5.2.1.1 Indifferenzkurven	76
5.2.1.2 Normale Präferenzen	79
5.2.1.3 Nicht normale Präferenzen	83
5.2.2 Bestimmung von Indifferenzkurven von bestimmten Präferenzen	86
5.2.2.1 Bestimmung bei normalen Präferenzen	86
5.2.2.2 Bestimmung bei besonderen Präferenzen	87
5.3 Das Budget	89
5.3.1 Die Budgetrestriktion und die Konsummöglichkeitenmenge	89
5.3.2 Das Verhalten der Budgetgeraden	92
5.3.3 Beispiele für besondere Budgetgeraden	95
5.4 Die optimale Entscheidung	97
5.4.1 Die grafische Analyse	97
5.4.2 Die mathematische Lösung	101
5.4.3 Die optimale Entscheidung bei nicht normalen Präferenzen	104
<b>6 Die Nachfrage nach Gütern</b>	<b>107</b>
6.1 Die individuelle Nachfragekurve	107
6.1.1 Herleitung der Nachfragekurve	109
6.1.2 Die eigene (direkte) Preiselastizität	111
6.1.3 Die indirekte (Kreuz-) Preiselastizität	117
6.1.4 Die Engelkurve	119
6.1.5 Einkommenselastizitäten	121
6.2 Der Einkommens- und Substitutionseffekt	124
6.2.1 Der Slutsky-Preiseffekt	125
6.2.2 Ein Beispiel zum Substitutionseffekt	131
6.2.3 Ein Beispiel zum Einkommenseffekt	132
6.2.4 Das komplette Beispiel zum Preiseffekt	132
6.2.5 Der Hicks-Preiseffekt	132
6.3 Die Marktnachfrage	135
6.3.1 Horizontale Aggregation	135
6.3.2 Vertikale Aggregation	138
<b>7 Tausch – die Interaktion zur Nutzenmaximierung</b>	<b>141</b>
7.1 Tausche Gegenwart mit Zukunft!	142
7.1.1 Der einfache Zwei-Perioden Fall	142
7.1.2 Kredit und Zinsen	143
7.1.3 Kaufkraftverlust – Inflation als negativer Zins	147
7.1.4 Die optimale Entscheidung einer Konsumentin über zwei Perioden	152
7.2 Tauschpartner gesucht	162
7.2.1 Vorteile vom Tausch mit anderen Marktteilnehmern	162
7.2.2 Die Edgeworth-Box	165
<b>8 Die Wohlfahrt der Konsumenten</b>	<b>180</b>
8.1 Die Konsumentenrente	181
8.2 Die kompensatorische Variation	185
8.3 Die äquivalente Kompensation	189
8.4 Zusammenführung der Wohlfahrtsmaße	190
8.5 Die Berechnung und ein Beispiel	196
8.5.1 Ein Beispiel mit einer Cobb-Douglas Nutzenfunktion	196
8.5.2 Die indirekte Nutzenfunktion	197

<b>III. DIE FIRMA (UNTERNEHMENSTHEORIE)</b>	<b>201</b>
9 Bedarf eines Unternehmens	201
9.1 Der Unternehmer	202
9.2 Die Idee – das Produkt	206
9.3 Produktionsfaktoren	209
9.3.1 Die klassischen Produktionsfaktoren	209
9.3.1.1 Die originären Produktionsfaktoren	209
9.3.1.2 Der abgeleitete Produktionsfaktor Kapital	211
9.3.2 Nicht klassische Produktionsfaktoren und weitere Unterscheidungen	212
9.4 Produktion und Transformation	214
9.4.1 Die Produktionsfunktion	214
9.4.2 Produktionscharakteristika	218
9.4.3 Die Transformationskurve	220
10 Das Unternehmensziel	226
10.1 Die Break-Even-Analyse und die ideale Unternehmensgröße	227
10.2 Kostenarten	230
10.2.1 Fixe Kosten	230
10.2.2 Variable Kosten	232
10.2.3 Gesamtkosten	233
10.2.4 Stückkosten	234
10.2.5 Grenzkosten	237
10.2.6 Die langfristige Betrachtung der Kostenarten	240
10.3 Die Minimierung der Kosten	245
10.4 Die Maximierung der Gewinne	248
11 Das Angebot eines Unternehmens im Wettbewerb	255
11.1 Der Konkurrenzmarkt	255
11.2 Der Erlös eines Konkurrenzunternehmens	258
11.3 Die Angebotskurve im Wettbewerb	261
11.3.1 Das kurzfristige Angebot eines Konkurrenzunternehmens	261
11.3.2 Das langfristige Angebot bei konstanter Betriebsgröße eines Konkurrenzunternehmens	263
11.3.3 Das kurzfristige und langfristige Angebot in einer Branche	266
11.3.4 Das Branchenangebot im Zeitablauf	274
11.4 Die Produzentenrente	277
12 Das Angebot eines Monopolisten	280
12.1 Das Monopol	280
12.2 Die Existenz von Monopolen	282
12.3 Die Gewinnmaximierung eines Monopolisten	291
12.4 Noch einmal das natürliche Monopol	299
12.5 Ausnutzen der Marktmacht - Preisdiskriminierung	304
12.5.1 Preisdiskriminierung ersten Grades	305
12.5.2 Preisdiskriminierung zweiten Grades	306
12.5.3 Preisdiskriminierung dritten Grades	313
12.6 Die Wohlfahrt in einem Monopol	315
12.6.1 Das einfache Monopol	315
12.6.2 Monopolistische Konkurrenz	316
12.7 Abschließende Bemerkungen zum Monopol	319

13 Das Angebot eines Oligopolisten	321
13.1 Das Oligopol	321
13.2 Gleichgewichte durch simultane Bewegungen	323
13.2.1 Simultane Mengenfestsetzung, das Cournot-Modell	323
13.2.2 Simultane Preisfestsetzung, das Bertrand-Modell	329
13.3 Gleichgewichte mit einem Marktführer	331
13.3.1 Der Mengenführer und sein Anpasser	332
13.3.2 Der Preisführer und sein Anpasser	334
13.4 Abschließende Bemerkungen zu oligopolistischen Gleichgewichten	338
<b>IV. GLEICHGEWICHT, STAAT UND GESELLSCHAFT</b>	<b>343</b>
14 Das Marktgleichgewicht	343
14.1 Die Edgeworth-Box und Produktion	343
14.2 Die Bedeutung des Marktgleichgewichts	347
14.3 Das Marktgleichgewicht in der komparativ statischen Analyse	352
14.4 Das Marktgleichgewicht in der dynamischen Analyse	354
15 Marktversagen	363
15.1 Externe Effekte	363
15.2 Öffentliche Güter	367
15.3 Ein hypothetisches Gleichgewicht und Marktversagen	369
16 Der Staat	377
16.1 Das Angebot eines öffentlichen Gutes	378
16.2 Die Finanzierung des Staates	383
16.3 Auswirkungen von Steuern auf das Arbeitsangebot	389
Fazit	397
<b>LITERATURVERZEICHNIS</b>	<b>399</b>
<b>STICHWORTVERZEICHNIS</b>	<b>407</b>