

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	4
SYMBOLVERZEICHNIS	10
EINFÜHRUNG	13
1 Jeder ist ein Ökonom	13
2 Mikroökonomie – eine kurze Geschichte	18
I. DER MARKT	23
3 Am Anfang ist das Modell	23
3.1 Das Modell	24
3.1.1 Grundannahmen	24
3.1.1.1 Rationalität	24
3.1.1.2 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 und 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	48
4.1 Die Entstehung der Nachfragekurve	48
4.1.1 Einflussgrößen der Nachfrage	50
4.1.2 Die Nachfragekurven	55
4.2 Die Entstehung der Angebotskurve	57
4.2.1 Einflussgrößen des Angebots	58
4.2.2 Die Angebotskurven	59
4.3 Das Marktgleichgewicht und die Soziale Wohlfahrt	61
4.3.1 Das Marktgleichgewicht	61
4.3.2 Die Soziale Wohlfahrt	62
II. KONSUMENTEN UND HAUSHALTE (HAUSHALTSTHEORIE)	65
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	80
5.2.1.3 Nicht normale Präferenzen	84

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	105
6	Die Nachfrage nach Gütern	107
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	133
6.3	Die Marktnachfrage	135
6.3.1	Horizontale Aggregation	136
6.3.2	Vertikale Aggregation	138
7	Tausch – die Interaktion zur Nutzenmaximierung	141
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
8	Die Wohlfahrt der Konsumenten	181
8.1	Die Konsumentenrente	182
8.2	Die kompensatorische Variation	186
8.3	Die äquivalente Kompensation	190
8.4	Zusammenführung der Wohlfahrtsmaße	191
8.5	Die Berechnung und ein Beispiel	197
8.5.1	Ein Beispiel mit einer Cobb-Douglas Nutzenfunktion	197
8.5.2	Die indirekte Nutzenfunktion	198

III. DIE FIRMA (UNTERNEHMENSTHEORIE)

9	Bedarf eines Unternehmens	202
9.1	Der Unternehmer	202
9.2	Die Idee – das Produkt	203
9.3	Produktionsfaktoren	207
9.3.1	Die klassischen Produktionsfaktoren	209
9.3.1.1	Die originären Produktionsfaktoren	210
9.3.1.2	Der abgeleitete Produktionsfaktor Kapital	210
9.3.2	Nicht klassische Produktionsfaktoren und weitere Unterscheidungen	211
9.4	Produktion und Transformation	212
9.4.1	Die Produktionsfunktion	215
9.4.2	Produktionscharakteristika	215
9.4.3	Die Transformationskurve	219
10	Das Unternehmensziel	221
10.1	Die Break-Even-Analyse und die ideale Unternehmensgröße	227
10.2	Kostenarten	227
10.2.1	Fixe Kosten	231
10.2.2	Variable Kosten	231
10.2.3	Gesamtkosten	233
10.2.4	Stückkosten	234
10.2.5	Grenzkosten	235
10.2.6	Die langfristige Betrachtung der Kostenarten	237
10.3	Die Minimierung der Kosten	241
10.4	Die Maximierung der Gewinne	246
11	Das Angebot eines Unternehmens im Wettbewerb	249
11.1	Der Konkurrenzmarkt	256
11.2	Der Erlös eines Konkurrenzunternehmens	256
11.3	Die Angebotskurve im Wettbewerb	259
11.3.1	Das kurzfristige Angebot eines Konkurrenzunternehmens	262
11.3.2	Das langfristige Angebot bei konstanter Betriebsgröße eines Konkurrenzunternehmens	262
11.3.3	Das kurzfristige und langfristige Angebot in einer Branche	264
11.3.4	Das Branchenangebot im Zeitablauf	267
11.4	Die Produzentenrente	275
12	Das Angebot eines Monopolisten	278
12.1	Das Monopol	281
12.2	Die Existenz von Monopolen	281
12.3	Die Gewinnmaximierung eines Monopolisten	283
12.4	Noch einmal das natürliche Monopol	292
12.5	Ausnutzen der Marktmacht - Preisdiskriminierung	299
12.5.1	Preisdiskriminierung ersten Grades	304
12.5.2	Preisdiskriminierung zweiten Grades	305
12.5.3	Preisdiskriminierung dritten Grades	306
12.6	Die Wohlfahrt in einem Monopol	313
12.6.1	Das einfache Monopol	315
12.6.2	Monopolistische Konkurrenz	315
12.7	Abschließende Bemerkungen zum Monopol	316
13	Das Angebot eines Oligopolisten	318
		321

13.1	Das Oligopol	321
13.2	Gleichgewichte durch simultane Bewegungen	323
13.2.1	Simultane Mengenfestsetzung, das Cournot-Modell	329
13.2.2	Simultane Preisfestsetzung, das Bertrand-Modell	331
13.3	Gleichgewichte mit einem Marktführer	332
13.3.1	Der Mengenführer und sein Anpasser	334
13.3.2	Der Preisführer und sein Anpasser	337
13.4	Abschließende Bemerkungen zu oligopolistischen Gleichgewichten	337

IV. GLEICHGEWICHT, STAAT UND GESELLSCHAFT 341

14	Das Marktgleichgewicht	341
14.1	Die Edgeworth-Box und Produktion	341
14.2	Die Bedeutung des Marktgleichgewichts	345
14.3	Das Marktgleichgewicht in der komparativ statischen Analyse	350
14.4	Das Marktgleichgewicht in der dynamischen Analyse	352
15	Marktversagen	360
15.1	Externe Effekte	360
15.2	Öffentliche Güter	364
15.3	Ein hypothetisches Gleichgewicht und Marktversagen	365
16	Der Staat	371
16.1	Das Angebot eines öffentlichen Gutes	372
16.2	Die Finanzierung des Staates	376
16.3	Auswirkungen von Steuern auf das Arbeitsangebot	382
	Fazit	390

LITERATURVERZEICHNIS 391

STICHWORTVERZEICHNIS 397