

---

# Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>Einführung</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Wirtschaftsgüter</b>	<b>13</b>
2.1	Materielle Wirtschaftsgüter	15
2.2	Immaterielle Wirtschaftsgüter	18
2.3	Arbeitsleistungen	20
2.4	Kombinationsgüter	22
2.5	Netzwerkleistungen	23
2.6	Öffentliche Güter	24
2.7	Mengeneinheiten	25
2.8	Qualität	27
2.9	Transferkosten	30
2.10	Nachfragergrenzpreise und Nutzwerte	30
2.11	Anbietergrenzpreise und Kosten	34
2.12	Güterbilanzen	40
2.13	Güterdisposition	44
<b>3</b>	<b>Geld und Finanzgüter</b>	<b>51</b>
3.1	Funktionen des Geldes	52
3.2	Zahlungsmittel und Zahlungsmöglichkeiten	54
3.3	Geld als Wertmaßstab	58
3.4	Finanzgüter	61
3.5	Ertragskurse	63
3.6	Vermögenswerte	67
3.7	Erwerbsvermögen	70
3.8	Vermögensbilanzen	71
3.9	Finanzdisposition	74
3.10	Gewinnoptimierung	76
3.11	Geld als Stimmzettel	77

<b>4</b>	<b>Märkte</b>	81
4.1	Verhalten der Akteure	82
4.2	Marktordnungen	85
4.3	Marktplätze	87
4.4	Kaufprozesse	90
4.5	Marktergebnisse	93
4.6	Paretoverteilungen	96
4.7	Marktzeiten	98
4.8	Marktveränderungen	99
4.9	Wettbewerb	103
4.10	Markteffizienz und Selbstregelung	106
4.11	Marktkenngrößen	110
<b>5</b>	<b>Nachfrage</b>	115
5.1	Nachfragemengen	116
5.2	Nachfragergrenzpreis	118
5.3	Nachfragefunktionen	119
5.4	Qualitätserwartungen	124
5.5	Nachfrageänderungen	125
<b>6</b>	<b>Angebot</b>	131
6.1	Angebotsmengen	131
6.2	Angebottengrenzpreis	132
6.3	Angebotsfunktionen	133
6.4	Angebotsqualität	136
6.5	Angebotsänderungen	137
<b>7</b>	<b>Kaufpreisbildung</b>	141
7.1	Preisbildungsarten	142
7.2	Verhandlungspreise	143
7.3	Vermittlungspreise	144
7.4	Angebotsfestpreise	145
7.5	Nachfragerfestpreise	146
7.6	Externe Festkaufpreise	146
7.7	Preistransfergleichungen	147
7.8	Einsatzbereiche	148
7.9	Verrechnungspreise und Vertragspreise	150
7.10	Vertrauenspreise	152
7.11	Preisgestaltung	152
<b>8</b>	<b>Mengenbildung</b>	157
8.1	Mengenbildungarten	157
8.2	Mengenteilung	158

8.3	Mengenrestriktionen . . . . .	159
8.4	Verkaufseinheiten . . . . .	160
8.5	Mengentransfergleichungen . . . . .	161
8.6	Zuteilung . . . . .	162
<b>9</b>	<b>Marktbegegnungen . . . . .</b>	<b>165</b>
9.1	Kaufergebnisse und Transfermatrix . . . . .	166
9.2	Selbstregelndes Zusammentreffen . . . . .	168
9.3	Zusammentreffen auf Anbietermärkten . . . . .	169
9.4	Zusammentreffen auf Nachfragermärkten . . . . .	170
9.5	Fremdgeregelte Zusammenführung . . . . .	172
9.6	Simultane Preis- und Mengenbildung . . . . .	174
9.7	Marktinformationen . . . . .	176
9.8	Walras-Preis- und Mengenbildung . . . . .	178
<b>10</b>	<b>Marktbeispiel . . . . .</b>	<b>181</b>
10.1	Angebot und Nachfrage . . . . .	181
10.2	Begegnungsmöglichkeiten . . . . .	182
10.3	Preisbildungsmöglichkeiten . . . . .	183
10.4	Statischer Markt . . . . .	184
10.5	Stochastisch-stationärer Markt . . . . .	184
10.6	Walras-Kaufpreis . . . . .	188
10.7	Handlungsmöglichkeiten . . . . .	189
<b>11</b>	<b>Marktsimulation . . . . .</b>	<b>191</b>
11.1	Möglichkeiten der Simulation . . . . .	192
11.2	Tabellenprogramm zur Einzelmarktsimulation . . . . .	193
11.3	Mastertool zur dynamischen Marktsimulation . . . . .	197
11.4	Preis-Mengen-Relationen . . . . .	200
11.5	Wettbewerbskonstellationen . . . . .	202
11.6	Standardkonstellation der Marktsimulation . . . . .	204
11.7	Verbundprogramme und Marktspiele . . . . .	207
11.8	Grenzen der Marktsimulation . . . . .	208
<b>12</b>	<b>Marktstatistik . . . . .</b>	<b>211</b>
12.1	Effektive Nachfrage und effektives Angebot . . . . .	213
12.2	Auswirkungen der Preis- und Mengenbildung . . . . .	215
12.3	Auswirkungen der Begegnungsart . . . . .	218
12.4	Kollektive Nachfrageänderungen . . . . .	220
12.5	Kollektive Angebotsänderungen . . . . .	228
12.6	Marktsymmetrie . . . . .	229
12.7	Marktpreis und Marktabsatz . . . . .	230
12.8	Teilmärkte und Gesamtmarkte . . . . .	232

12.9	Kapitalmärkte und Kapitalmarktzins . . . . .	233
12.10	Monetäre Nachfrage und monetäres Angebot . . . . .	235
12.11	Geldmärkte und Geldmarktzins . . . . .	236
<b>13</b>	<b>Marktstochastik . . . . .</b>	<b>241</b>
13.1	Mittelwerte und Zufallsschwankungen . . . . .	242
13.2	Zufallseinflüsse auf Marktpreise und Periodenabsatz . . . . .	245
13.3	Verteilungswirkung für die Käufer . . . . .	249
13.4	Verteilungswirkung auf die Anbieter . . . . .	251
13.5	Marktchancen und Markttrisiken . . . . .	253
13.6	Spekulationsmärkte . . . . .	256
<b>14</b>	<b>Marktdynamik . . . . .</b>	<b>259</b>
14.1	Marktkräfte . . . . .	261
14.2	Nachfragerückgang . . . . .	263
14.3	Faktorprognose . . . . .	266
14.4	Angebotspreisanpassung . . . . .	268
14.5	Wirkungskettenanalyse . . . . .	272
14.6	Stochastisch-dynamische Marktprozesse . . . . .	273
<b>15</b>	<b>Absatzstrategien . . . . .</b>	<b>279</b>
15.1	Anbieteroptionen . . . . .	280
15.2	Kostenpreise . . . . .	281
15.3	Absatzfunktionen . . . . .	282
15.4	Gewinnmaximierung . . . . .	288
15.5	Cournotscher Punkt . . . . .	293
15.6	Provisionsoptimierung . . . . .	300
15.7	Handelsspannenoptimierung . . . . .	302
15.8	Einheitspreise und Preisdifferenzierung . . . . .	306
15.9	Marktsegmentierung . . . . .	309
15.10	Dynamische Absatzstrategien . . . . .	312
15.11	Unfares Anbieterverhalten . . . . .	313
15.12	Marktpositionierung und Verkaufsstrategien . . . . .	316
15.13	Kritische Menge und Marktbeherrschung . . . . .	319
<b>16</b>	<b>Beschaffungsstrategien . . . . .</b>	<b>325</b>
16.1	Nachfrageroptionen . . . . .	326
16.2	Versorgungsmanagement . . . . .	328
16.3	Einkauf und Ausschreibung . . . . .	329
16.4	Beschaffungsdisposition . . . . .	333
16.5	Arbeitsdisposition . . . . .	338
16.6	Gelddisposition und Geldbedarf . . . . .	340

---

16.7	Unfaires Nachfragerverhalten . . . . .	346
16.8	Nachfragermonopol . . . . .	348
<b>17</b>	<b>Wirtschaftsentwicklung und Konjunkturzyklen</b> . . . . .	<b>351</b>
17.1	Gesamtwirtschaftliche Vermögensbilanz . . . . .	352
17.2	Wirtschaftswachstum . . . . .	355
17.3	Konjunkturzyklen . . . . .	359
17.4	Selbstregelung über die Märkte . . . . .	362
17.5	Wirtschaftsentwicklung mit Inflation . . . . .	364
17.6	Wachstumsfunktion und Entwicklungsszenarien . . . . .	365
17.7	Realwirtschaft und Finanzwirtschaft . . . . .	369
17.8	Geldschöpfung und Geldmengenentwicklung . . . . .	371
17.9	Sparen und Investieren . . . . .	374
17.10	Grenzen der analytischen Ökonomie . . . . .	375
<b>18</b>	<b>Staat und Markt</b> . . . . .	<b>379</b>
18.1	Subsidiarität und Wirtschaftsrecht . . . . .	381
18.2	Marktfreiheit und Marktordnung . . . . .	385
18.3	Verteilungspolitik . . . . .	387
18.4	Umsatzsteuer und Arbeitsmarkt . . . . .	392
18.5	Subventionen . . . . .	395
18.6	Mindestlohn und Beschäftigung . . . . .	397
18.7	Ursachen von Geldwertänderungen . . . . .	400
18.8	Inflationsauswirkungen . . . . .	406
18.9	Finanz- und Wirtschaftspolitik . . . . .	409
<b>19</b>	<b>Neue Geldordnung</b> . . . . .	<b>417</b>
19.1	Heutiges Geldsystem . . . . .	418
19.2	Geldbilanzierung und Geldschöpfungsgewinne . . . . .	423
19.3	Quantitative Lockerung . . . . .	425
19.4	Neue Geldordnung . . . . .	432
19.5	Einführung der neuen Geldordnung . . . . .	436
19.6	Umwandlungsgewinne und Staatsentschuldung . . . . .	438
19.7	Gelddisposition in der neuen Geldordnung . . . . .	440
19.8	Konsequenzen für die Geldpolitik . . . . .	442
19.9	Neue Geldordnung in einer Währungsunion . . . . .	445
<b>20</b>	<b>Programm der analytischen Ökonomie</b> . . . . .	<b>451</b>
<b>21</b>	<b>Wahrscheinlichkeitstheorie des Marktes</b> . . . . .	<b>457</b>
21.1	Nachfragerstrom und Nachfragerverhalten . . . . .	457
21.2	Anbieterstrom und Anbieterverhalten . . . . .	461
21.3	Modellverhaltensfunktionen . . . . .	463

21.4	Kaufbedingungen . . . . .	466
21.5	Kaufpreisbildung und Mengenbildung . . . . .	469
21.6	Begegnungsreichweiten und Begegnungsfolgen . . . . .	471
21.7	Märkte mit einmaliger Begegnung . . . . .	474
21.8	Angebotsmonopol . . . . .	476
21.9	Anbieterauswahl nach steigendem Angebotspreis . . . . .	480
21.10	Verteilung von Kaufmengen und Absatz . . . . .	484
21.11	Offene Probleme . . . . .	486
	<b>Sachwortverzeichnis . . . . .</b>	<b>489</b>