

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	11
-------------------	----

Erster Teil

Ökonomische Institutionen und Ideologien

Die historische Entwicklung der Marktwirtschaft und ihre Widerspiegelung in der Wirtschaftstheorie

1. Vom Mittelalter zum Frühkapitalismus und Merkantilismus	17
Definition des Kapitalismus	17
Veränderungen der Technologie	20
Das Wachstum der Fernhandels	22
Das System der Heimarbeit und die Geburt der kapitalistischen Industrie	24
Der Niedergang der Feudalherrschaft	26
Die Entstehung der Arbeiterklasse	27
Weitere Kräfte im Übergang zum Kapitalismus	29
Merkantilismus: Feudalpaternalismus im Frühkapitalismus	
Literatur	32

2. Klassischer Liberalismus und der Triumph des Industriekapitalismus	36
Die Industrielle Revolution	36
Der Aufstieg des klassischen Liberalismus	39
Klassischer Liberalismus und Industrialisierung	52
Literatur	53
3. Sozialistischer Protest in der Industriellen Revolution	54
Die sozialen Kosten der Industriellen Revolution	54
Die liberale Sozialgesetzgebung	58
Sozialismus im Rahmen der Tradition des klassischen Liberalismus	59
Sozialistische Gegenpositionen zum klassischen Liberalismus	61
Literatur	64
4. Die Gesellschafts- und Wirtschaftstheorie von Karl Marx	65
Marx' Konzeption des Kapitalismus	65
Entfremdung	66
Arbeitswert und Mehrwert	71
Die Akkumulation von Kapital	72
Sektorale Ungleichgewichte und ökonomische Krisen	74
Wirtschaftliche Konzentration	76
Die Verelendung des Proletariats	77
Der kapitalistische Staat	78
Die sozialistische Revolution	80
Literatur	81
5. Entwickelter Kapitalismus: Ideologische Rechtfertigung und Kritik	82
Die Konzentration der Unternehmensmacht	83
Die Wiedergeburt der klassisch-liberalen Ideologie	87
Die neoklassische Nutzen- und Konsumtheorie	88

Die neoklassische Produktionstheorie	90
Laissez-faire	91
Spätere Modifikationen der neoklassischen Theorie	92
Strukturelle Veränderungen des Kapitalismus	94
Zwei gegensätzliche Seiten des Kapitalismus	96
Privateigentum, Klassengesellschaft und Kapitalismus	97
Regierung und Klassenkampf	101
Kapitalistischer Imperialismus	102
Die gesellschaftliche Moral in einer vom Geld geprägten Kultur	103
Literatur	106

**6. Keynesianische Wirtschaftstheorie und die
Große Depression 107**

Die Große Depression	109
Die Wirtschaftstheorie von Keynes	110
Keynesianische Wirtschaftstheorie und Ideologie	117
Die Wirksamkeit keynesianischer Wirtschaftspolitik	118
Wirtschaft und Rüstung	121
Literatur	124

Zweiter Teil

Preisbildung und Einkommensverteilung

Einführung in die Mikroökonomie

**7. Ressourcenallokation durch Märkte:
Effizienz versus Gerechtigkeit 127**

Angebot und Nachfrage	131
Gleichgewicht	135
Änderungen der Nachfrage	139
Änderungen des Angebots	141
Änderungen von Angebot und Nachfrage	142
Der Markt als Allokationsmechanismus	145
Literatur	150

8. Preise, Einkommen und Verteilung: die neoklassische Theorie und ihre Kritik	151
Nutzen und Nachfrage	152
Sinkender Grenznutzen	153
Wie die Konsumenten ihren Nutzen maximieren	154
Die Elastizität der Nachfrage	154
Angebot und Grenzkosten	157
Preis und Produktion einer Branche	159
Die Elastizität des Angebots	161
Momentanes Angebot und Gleichgewicht	161
Kurzfristiges Angebot und Gleichgewicht	164
Langfristiges Angebot und Gleichgewicht	166
Theorien der Einkommensverteilung	169
Anhang A: Grenznutzen und Nachfrage	177
Anhang B: Preiselastizität der Nachfrage	181
Anhang C: Die ethischen Implikationen der Nutzentheorie	182
Literatur	185
 9. Die Arbeitswerttheorie	 186
Die Natur der Preise	187
Die Arbeitswerttheorie: Erste Annäherung	190
Die Arbeitswerttheorie: Zweite Annäherung	196
Die Arbeitswerttheorie: Dritte Annäherung	215
Die Arbeitswerttheorie: Weitere Annäherungen	219
 10. Monopolmacht	 221
Die Konzentrationstendenz	221
Warum gibt es Monopole?	227
Preise und Gewinnmaximierung	228
Konzentration und Ressourcenverschwendung	231
Literatur	236

11. Preise und Gewinne im Modell vollkommener Konkurrenz	237
Marktstruktur und Wettbewerbsintensität	238
Nachfrage und Preis auf der Ebene des einzelnen Anbieters	240
Angebot und Produktionskosten	242
Zur Klärung des Kostenbegriffs	246
Gewinnmaximum bei vollkommener Konkurrenz	249
Unternehmensgleichgewicht und Marktgleichgewicht bei vollkommener Konkurrenz	252
Die Relevanz des Konkurrenzmodells	257
 12. Preise und Gewinne im Monopol	259
Nachfrage und Erlös im Monopol	259
Monopolgleichgewicht	263
Erweiterungen der Monopolanalyse	265
Wer sind die Monopolisten?	268
Natürliche Monopole und staatliche Regulierung	269
 13. Monopolistische Konkurrenz und Oligopol	272
Unternehmensgleichgewicht bei monopolistischer Konkurrenz	273
Das Oligopol	276
Preisbildung im Oligopol	280
Oligopol oder Monopol?	282
Anhang: Preisbestimmung im Oligopol	284
Literatur	287
 Register	288