

# Inhaltsübersicht

Vorwort		15
<b>Teil I</b>	<b>Einführung – Märkte und Preise</b>	<b>23</b>
Kapitel 1	Vorbemerkungen	25
Kapitel 2	Grundlagen von Angebot und Nachfrage	49
<b>Teil II</b>	<b>Produzenten, Konsumenten und Wettbewerbsmärkte</b>	<b>101</b>
Kapitel 3	Das Verbraucherverhalten	103
Kapitel 4	Die individuelle Nachfrage und die Marktnachfrage	159
Kapitel 5	Unsicherheit und Verbraucherverhalten	217
Kapitel 6	Die Produktion	263
Kapitel 7	Die Kosten der Produktion	297
Kapitel 8	Gewinnmaximierung und Wettbewerbsangebot	359
Kapitel 9	Die Analyse von Wettbewerbsmärkten	407
<b>Teil III</b>	<b>Marktstruktur und Wettbewerbsstrategie</b>	<b>453</b>
Kapitel 10	Marktmacht – Monopol und Monopson	455
Kapitel 11	Preisbildung bei Marktmacht	507
Kapitel 12	Monopolistische Konkurrenz und Oligopol	573
Kapitel 13	Spieltheorie und Wettbewerbsstrategie	621
Kapitel 14	Märkte für Produktionsfaktoren	679
Kapitel 15	Investitionen, Zeit und Kapitalmärkte	717

<b>Teil IV</b>	<b>Information, Marktversagen und die Rolle des Staates</b>	<b>757</b>
Kapitel 16	Allgemeines Gleichgewicht und ökonomische Effizienz	759
Kapitel 17	Märkte mit asymmetrischer Information	799
Kapitel 18	Externalitäten und öffentliche Güter	835
<b>Teil V</b>	<b>Anhang</b>	<b>885</b>
Anhang A	Die Grundlagen der Regression	887
Anhang B	Glossar	897
Anhang C	Lösungen zu ausgewählten Übungen	915
Register		937

# Inhaltsverzeichnis

---

<b>Vorwort</b>	<b>15</b>
<b>Teil I Einführung – Märkte und Preise</b>	<b>23</b>
<b>Kapitel 1 Vorbemerkungen</b>	<b>25</b>
1.1 Die Themen der Mikroökonomie . . . . .	27
1.2 Was ist ein Markt? . . . . .	32
1.3 Reale und nominale Preise . . . . .	37
1.4 Gründe für das Studium der Mikroökonomie . . . . .	42
<b>Kapitel 2 Grundlagen von Angebot und Nachfrage</b>	<b>49</b>
2.1 Angebot und Nachfrage . . . . .	51
2.2 Der Marktmechanismus . . . . .	54
2.3 Veränderungen im Marktgleichgewicht . . . . .	56
2.4 Die Elastizität der Nachfrage und des Angebots . . . . .	65
2.5 Kurzfristige und langfristige Elastizitäten . . . . .	72
*2.6 Kenntnis und Prognose der Auswirkungen sich ändernder Marktbedingungen . . . . .	82
2.7 Die Auswirkungen staatlicher Interventionen – Preisregulierungen . . . . .	91
<b>Teil II Produzenten, Konsumenten und Wettbewerbsmärkte</b>	<b>101</b>
<b>Kapitel 3 Das Verbraucherverhalten</b>	<b>103</b>
3.1 Konsumentenpräferenzen . . . . .	106
3.2 Budgetbeschränkungen . . . . .	123
3.3 Verbraucherentscheidung . . . . .	128
3.4 Offenbarte Präferenzen . . . . .	135
3.5 Der Grenznutzen und die Verbraucherentscheidung . . . . .	139
*3.6 Indizes der Lebenshaltungskosten . . . . .	144
<b>Kapitel 4 Die individuelle Nachfrage und die Marktnachfrage</b>	<b>159</b>
4.1 Die individuelle Nachfrage . . . . .	161
4.2 Einkommens- und Substitutionseffekte . . . . .	170
4.3 Die Marktnachfrage . . . . .	177
4.4 Die Konsumentenrente . . . . .	185
4.5 Netzwerkexternalitäten . . . . .	189
*4.6 Empirische Schätzungen der Nachfrage . . . . .	194
Anhang zu Kapitel 4 . . . . .	206

<b>Kapitel 5</b>	<b>Unsicherheit und Verbraucherverhalten</b>	<b>217</b>
5.1	Beschreibung des Risikos . . . . .	219
5.2	Präferenzen im Hinblick auf das Risiko . . . . .	226
5.3	Risikoabbau. . . . .	232
*5.4	Die Nachfrage nach riskanten Anlagen . . . . .	240
5.5	Verhaltensökonomie. . . . .	251
<b>Kapitel 6</b>	<b>Die Produktion</b>	<b>263</b>
6.1	Die Produktionstechnologie. . . . .	266
6.2	Die Produktion mit einem variablen Input (Arbeit) . . . . .	268
6.3	Die Produktion mit zwei variablen Inputs . . . . .	279
6.4	Skalenerträge . . . . .	288
<b>Kapitel 7</b>	<b>Die Kosten der Produktion</b>	<b>297</b>
7.1	Die Messung der Kosten: Welche Kosten sind von Bedeutung? . . . . .	298
7.2	Die Kosten in der kurzen Frist . . . . .	308
7.3	Die Kosten in der langen Frist . . . . .	315
7.4	Kurzfristige und langfristige Kostenkurven . . . . .	326
7.5	Die Produktion von zwei Gütern – Verbundvorteile. . . . .	332
*7.6	Dynamische Kostenänderungen – die Lernkurve. . . . .	336
*7.7	Schätzung und Prognose der Kosten . . . . .	342
	Anhang zu Kapitel 7. . . . .	352
<b>Kapitel 8</b>	<b>Gewinnmaximierung und Wettbewerbsangebot</b>	<b>359</b>
8.1	Vollkommene Wettbewerbsmärkte . . . . .	360
8.2	Die Gewinnmaximierung. . . . .	363
8.3	Grenzerlös, Grenzkosten und die Gewinnmaximierung. . . . .	366
8.4	Die kurzfristige Outputentscheidung . . . . .	370
8.5	Die kurzfristige Angebotskurve eines Wettbewerbsunternehmens . . . . .	376
8.6	Die kurzfristige Marktangebotskurve. . . . .	379
8.7	Die langfristige Outputentscheidung. . . . .	385
8.8	Die langfristige Marktangebotskurve . . . . .	393
<b>Kapitel 9</b>	<b>Die Analyse von Wettbewerbsmärkten</b>	<b>407</b>
9.1	Die Bewertung der Gewinne und Verluste staatlicher Eingriffe – die Konsumenten- und die Produzentenrente . . . . .	408
9.2	Die Effizienz eines Wettbewerbsmarktes. . . . .	415
9.3	Mindestpreise. . . . .	420
9.4	Preisstützungen und Produktionsquoten . . . . .	425
9.5	Importquoten und Zölle. . . . .	433
9.6	Die Auswirkungen einer Steuer oder einer Subvention. . . . .	438

## **Teil III      Marktstruktur und Wettbewerbsstrategie      453**

### **Kapitel 10    Marktmacht – Monopol und Monopson      455**

10.1	Monopol . . . . .	457
10.2	Monopolmacht . . . . .	470
10.3	Ursachen der Monopolmacht . . . . .	476
10.4	Die gesellschaftlichen Kosten der Monopolmacht . . . . .	479
10.5	Monopson . . . . .	485
10.6	Monopsonmacht . . . . .	489
10.7	Einschränkung der Marktmacht – Kartellgesetze . . . . .	493

### **Kapitel 11    Preisbildung bei Marktmacht      507**

11.1	Abschöpfung der Konsumentenrente . . . . .	509
11.2	Preisdiskriminierung . . . . .	510
11.3	Intertemporale Preisdiskriminierung und Spitzenlast-(Peak-Load-)Preisbildung . . . . .	523
11.4	Zweistufige Gebühren . . . . .	528
11.5	Bündelung . . . . .	536
11.6	Werbung . . . . .	548
	Anhang zu Kapitel 11 . . . . .	561

### **Kapitel 12    Monopolistische Konkurrenz und Oligopol      573**

12.1	Monopolistische Konkurrenz . . . . .	575
12.2	Oligopol . . . . .	581
12.3	Preiswettbewerb . . . . .	590
12.4	Wettbewerb versus Kollusion: das Gefangenendilemma . . . . .	597
12.5	Auswirkungen des Gefangenendilemmas auf die Preisbildung im Oligopol . . . . .	601
12.6	Kartelle . . . . .	607

### **Kapitel 13    Spieltheorie und Wettbewerbsstrategie      621**

13.1	Spiele und strategische Entscheidungen . . . . .	622
13.2	Dominante Strategien . . . . .	626
13.3	Mehr zum Nash-Gleichgewicht . . . . .	628
13.4	Wiederholte Spiele . . . . .	636
13.5	Sequenzielle Spiele . . . . .	642
13.6	Drohungen, Verpflichtungen und Glaubwürdigkeit . . . . .	645
13.7	Eintrittsabschreckung . . . . .	653
*13.8	Auktionen . . . . .	661

### **Kapitel 14    Märkte für Produktionsfaktoren      679**

14.1	Kompetitive Faktormärkte . . . . .	680
14.2	Gleichgewicht auf einem kompetitiven Faktormarkt . . . . .	695
14.3	Faktormärkte mit Monopsonmacht . . . . .	700
14.4	Faktormärkte mit Monopolmacht . . . . .	705

<b>Kapitel 15</b>	<b>Investitionen, Zeit und Kapitalmärkte</b>	<b>717</b>
15.1	Bestands- und Stromgrößen . . . . .	719
15.2	Der diskontierte Gegenwartswert . . . . .	720
15.3	Der Wert eines festverzinslichen Wertpapiers . . . . .	724
15.4	Das Kapitalwertkriterium für Investitionsentscheidungen . . . . .	728
15.5	Risikoanpassungen . . . . .	732
15.6	Investitionsentscheidungen von Verbrauchern . . . . .	738
15.7	Investitionen in Humankapital . . . . .	740
*15.8	Intertemporale Produktionsentscheidungen – erschöpfbare Rohstoffe . . . . .	744
15.9	Wie werden Zinssätze bestimmt? . . . . .	749
<b>Teil IV</b>	<b>Information, Marktversagen und die Rolle des Staates</b>	<b>757</b>
<b>Kapitel 16</b>	<b>Allgemeines Gleichgewicht und ökonomische Effizienz</b>	<b>759</b>
16.1	Die allgemeine Gleichgewichtsanalyse . . . . .	760
16.2	Effizienz beim Tausch . . . . .	766
16.3	Gerechtigkeit und Effizienz . . . . .	774
16.4	Effizienz bei der Produktion . . . . .	778
16.5	Die Vorteile des Freihandels . . . . .	784
16.6	Ein Überblick – die Effizienz von Wettbewerbsmärkten . . . . .	790
16.7	Warum Märkte versagen . . . . .	792
<b>Kapitel 17</b>	<b>Märkte mit asymmetrischer Information</b>	<b>799</b>
17.1	Qualitätsunsicherheit und der Markt für „Lemons“ . . . . .	800
17.2	Marktsignalisierung . . . . .	807
17.3	Moral Hazard . . . . .	814
17.4	Das Prinzipal-Agent-Problem . . . . .	816
*17.5	Managementanreize im integrierten Unternehmen . . . . .	824
17.6	Asymmetrische Information auf dem Arbeitsmarkt – die Effizienzlohntheorie . . . . .	828
<b>Kapitel 18</b>	<b>Externalitäten und öffentliche Güter</b>	<b>835</b>
18.1	Externalitäten . . . . .	836
18.2	Korrekturmöglichkeiten für Marktversagen . . . . .	842
18.3	Bestandsexternalitäten . . . . .	858
18.4	Externalitäten und Eigentumsrechte . . . . .	865
18.5	Ressourcen im Gemeineigentum . . . . .	869
18.6	Öffentliche Güter . . . . .	872
18.7	Private Präferenzen für öffentliche Güter . . . . .	878

**Anhang A    Die Grundlagen der Regression      887**

A.1	Ein Beispiel . . . . .	887
A.2	Schätzung . . . . .	888
A.3	Statistische Tests . . . . .	890
A.4	Die Güte der Anpassung . . . . .	891
A.5	Wirtschaftliche Prognosen . . . . .	892

**Anhang B    Glossar      897**

**Anhang C    Lösungen zu ausgewählten Übungen      915**

**Register      937**