

Inhaltsverzeichnis

Herausgebervorwort	V
Autorenvorwort	VII
Abbildungsverzeichnis	XIII
Tabellenverzeichnis	XIX
Symbolverzeichnis	XXI
1 Einführung	1
1.1 Regeln mikroökonomischen Denkens	1
1.2 Methoden	13
1.3 Aufbau und Themen des Buches	17
Entscheidungskalküle von Unternehmen	
2 Produktionsplanung und Faktornachfrage von Unternehmen	23
2.1 Produktionsplanung	25
2.1.1 Produktionsfunktion als technische Beschränkung	26
2.1.2 Einsatzverhältnisse von Produktionsfaktoren	29
2.2 Faktornachfrage	32
2.2.1 Arbeitsnachfrage	32
2.2.2 Kapitalnachfrage	35
3 Kosten, Gewinne und Marktangebot von Unternehmen	39
3.1 Kostenfunktionen	39
3.2 Preis-Absatz-Funktionen	45
3.3 Gewinnmaximierung – Preis-Grenzkosten-Regel	48
3.4 Marktangebot	52
3.5 Kurz- und langfristiges Marktangebot	55
Entscheidungskalküle von Haushalten	
4 Verbraucherverhalten	59
4.1 Nutzen und Entscheidungen von Haushalten	60
4.1.1 Arbeitsangebot und Freizeit	61

X Inhaltsverzeichnis

4.1.2	Intertemporaler Konsum und Sparen	66
4.2	Individuelle Nachfrage und optimaler Konsumplan	68
4.3	Substitutions- und Einkommenseffekte	77
5	Güternachfrage	83
5.1	Marktnachfrage	83
5.2	Nachfrageelastizitäten – Exakte Maße des Kaufverhaltens	86
5.3	Soziales Nachfrageverhalten – Mitläufer, Snobs und Exklusivität	94

Preisbildung und Wohlfahrtswirkung staatlicher Eingriffe auf Wettbewerbsmärkten

6	Preisbildung auf Wettbewerbsmärkten	99
6.1	Unsichtbare Hand des Marktes	101
6.2	Preisbildung am Beispiel von Auktion und Börse	103
6.3	Komparativ-statische Analyse – Veränderungen von Angebot und Nachfrage	111
6.4	Dynamische Analyse – Schweinezyklus und Spinnweb-Theorem	115
7	Wettbewerbsmärkte und staatliche Eingriffe in die Preisbildung	121
7.1	Gütersteuern – Steuerwirkungen und Steuerlastverteilung	122
7.2	Subventionen – Wohlfahrtswirkungen staatlicher Unterstützungen	127
7.3	Höchstpreise – Nachfrageüberschüsse und Rationierung	131
7.4	Mindestpreise – Angebotsüberschüsse und Abnahmegarantien	134

Gütermärkte und Wettbewerb

8	Marktstrukturen und Wettbewerbsstrategien	139
8.1	Verhaltensweisen von Marktteilnehmer	140
8.2	Leitbilder der Wettbewerbspolitik	147
9	Wettbewerb und Monopol	157
9.1	Wettbewerbsmarkt und vollständige Konkurrenz	157
9.2	Marktergebnisse im Monopol	160

10 Monopolistische Konkurrenz und Oligopol	169
10.1 Monopolistischer Wettbewerb – Differenzierte Güter und Preisspielräume	169
10.2 Oligopolmärkte – Gut zu wissen, was die Konkurrenz plant	174
Faktormärkte	
11 Arbeitsmärkte	187
11.1 Lohnrigiditäten und Arbeitslosigkeit	187
11.2 Lohnunterschiede	191
11.3 Bildungssignale – Nutzen einer Ausbildung	193
11.4 Managerentlohnung	198
12 Kapital- und Versicherungsmärkte	201
12.1 Entscheidungen unter Risiko	202
12.2 Asymmetrische Informationen – Handel mit Zitronen	207
12.3 Moral Hazard – Wie viel ist uns eine Versicherung wert?	214
12.4 „Unsicherheit der Zukunft“ – Handel mit Erwartungen	221
12.5 Wie rational sind Marktteilnehmer? – Beispiel Kapital- und Finanzmarkt	227
Externe Effekte, gesellschaftliche und natürliche Ressourcen	
13 Externe Effekte	233
13.1 Externalitäten und Wohlfahrtseffekte	233
13.2 Internalisierung von externen Effekten – Beispiel Umweltökonomie	236
14 Öffentliche Güter und Allmendegüter	247
14.1 Bereitstellung und Nutzung öffentlicher Güter	247
14.2 Trittbrettfahrer bei öffentlichen Gütern	252
14.3 Tragik der Allmende – Übernutzung gesellschaftlicher Ressourcen	256
14.4 Klimaschutz als globales öffentliches Gut	263
15 Nachhaltige Entwicklung und Ökonomie	269
15.1 Dimensionen der nachhaltigen Entwicklung	272
15.2 Zeitpfade der nachhaltigen Entwicklung	275

XII	Inhaltsverzeichnis	
	15.3 Schwache Nachhaltigkeit	278
	15.4 Starke Nachhaltigkeit	285
	Ausblick	291
	Literaturverzeichnis	295
	Übungsaufgaben mit Lösungsverweisen	299
	Stichwortverzeichnis	308