

# Inhaltsverzeichnis

Die Autoren .....	V
Die Übersetzer .....	VI
Inhaltsübersicht .....	VII
Abkürzungsverzeichnis .....	XV
Übersicht über die Elemente des Buchs .....	XVII
Vorwort .....	XXV
Hinweise für den Benutzer .....	XXXVI

## Teil 1 Grundlegende Konzepte

---

<b>1</b>	<b>Abenteuer Mikroökonomik .....</b>	<b>1</b>
1.1	Mikroökonomik (und was sie uns über Rosa und Lauren lehrt)	1
1.2	Dieses Buch (und wie Rosa und Lauren es sehen würden) ...	5

---

<b>2</b>	<b>Angebot und Nachfrage .....</b>	<b>13</b>
2.1	Märkte und Modelle .....	14
2.2	Die Nachfrage .....	17
2.3	Das Angebot .....	26
2.4	Das Marktgleichgewicht .....	30
2.5	Elastizität .....	53
2.6	Fazit .....	70

---

<b>3</b>	<b>Die Analyse von Märkten mithilfe von Angebot und Nachfrage .....</b>	<b>77</b>
3.1	Konsumenten- und Produzentenrente: Wer zieht Nutzen aus einem Markt? .....	77
3.2	Preisregulierungen .....	92
3.3	Mengenregulierungen .....	105
3.4	Steuern .....	114
3.5	Subventionen .....	128
3.6	Fazit .....	134

## Teil 2 Konsum und Produktion

---

<b>4</b>	<b>Konsumentenverhalten .....</b>	<b>139</b>
4.1	Die Konsumentenpräferenzen und das Nutzenkonzept .....	141
4.2	Indifferenzkurven .....	146
4.3	Das Einkommen der Konsumenten und die Budgetgerade ...	168

4.4	Nutzen, Einkommen und Preise: Was will der Konsument konsumieren? . . . . .	177
4.5	Fazit . . . . .	191
	Anhang zu 4: Die Rechentchnik der Nutzenmaximierung und der Ausgabenminimierung . . . . .	197
<hr/>		
<b>5</b>	<b>Individuelle Nachfrage und Marktnachfrage . . . . .</b>	<b>205</b>
5.1	Wie Einkommensänderungen Konsumententscheidungen beeinflussen . . . . .	206
5.2	Wie Preisänderungen Konsumententscheidungen beeinflussen . .	218
5.3	Reaktion von Konsumenten auf Preisänderungen: Einkommens- und Substitutionseffekt . . . . .	225
5.4	Preisänderung anderer Güter: Substitute und Komplemente . .	249
5.5	Aggregation individueller Nachfragekurven zur Marktnachfragekurve . . . . .	254
5.6	Fazit . . . . .	258
	Anhang zu 5: Mathematische Herleitung des Einkommens- und des Substitutionseffekts . . . . .	265
<hr/>		
<b>6</b>	<b>Produzentenverhalten . . . . .</b>	<b>271</b>
6.1	Grundlagen der Produktionstheorie . . . . .	271
6.2	Produktion auf kurze Frist betrachtet . . . . .	279
6.3	Produktion auf lange Frist betrachtet . . . . .	285
6.4	Das Kostenminimierungsproblem – Bestimmung der Minimalkostenkombination . . . . .	287
6.5	Skalenerträge . . . . .	306
6.6	Technischer Fortschritt . . . . .	311
6.7	Der Expansionspfad des Unternehmens und die Gesamtkostenkurve . . . . .	317
6.8	Fazit . . . . .	318
	Anhang zu 6: Mathematische Herleitung der Minimalkostenkombination . . . . .	325
<hr/>		
<b>7</b>	<b>Kosten . . . . .</b>	<b>335</b>
7.1	Entscheidungsrelevante Kosten: Opportunitätskosten . . . . .	336
7.2	Entscheidungsirrelevante Kosten: Versunkene Kosten . . . . .	340
7.3	Kosten und Kostenkurven . . . . .	347
7.4	Durchschnittskosten und Grenzkosten . . . . .	354
7.5	Kurzfristige und langfristige Kostenkurven . . . . .	361
7.6	Größen- und Verbundvorteile im Produktionsprozess . . . . .	370
7.7	Fazit . . . . .	377
	Anhang zu 7: Mathematische Beschreibung der Kostenstruktur von Unternehmen . . . . .	381

**Teil 3 Märkte und Preise**

<b>8</b>	<b>Angebot bei vollständiger Konkurrenz . . . . .</b>	<b>387</b>
8.1	Marktform und vollständige Konkurrenz in der kurzen Frist . . . . .	387
8.2	Gewinnmaximierung bei vollständiger Konkurrenz . . . . .	392
8.3	Vollständige Konkurrenz in der kurzen Frist. . . . .	403
8.4	Branchen mit vollständiger Konkurrenz in der langen Frist . . . . .	417
8.5	Produzentenrente, ökonomische Renten und ökonomische Gewinne . . . . .	430
8.6	Fazit. . . . .	434
<b>9</b>	<b>Marktmacht und Monopole . . . . .</b>	<b>441</b>
9.1	Ursachen für Marktmacht . . . . .	442
9.2	Marktmacht und Grenzerlös. . . . .	449
9.3	Gewinnmaximierung eines Unternehmens mit Marktmacht . . . . .	459
9.4	Wie ein Unternehmen mit Marktmacht auf Veränderungen des Marktes reagiert . . . . .	470
9.5	Gewinner und Verlierer durch Marktmacht . . . . .	475
9.6	Staat und Marktmacht: Regulierung, Wettbewerbsrecht und Innovationen . . . . .	481
9.7	Fazit. . . . .	491
	Anhang zu 9: Die Rechentechnik der Gewinnmaximierung . . . . .	497
<b>10</b>	<b>Marktmacht und Preisstrategien. . . . .</b>	<b>503</b>
10.1	Grundlagen der Preisstrategie . . . . .	503
10.2	Direkte Preisdifferenzierung I: Perfekte Preisdifferenzierung/Preisdifferenzierung ersten Grades . . . . .	507
10.3	Direkte Preisdifferenzierung II: Segmentierung/Preisdifferenzierung dritten Grades . . . . .	514
10.4	Indirekte Preisdifferenzierung/Preisdifferenzierung zweiten Grades . . . . .	528
10.5	Bündelung . . . . .	539
10.6	Komplexe Preisstrategien. . . . .	546
10.7	Fazit. . . . .	552
<b>11</b>	<b>Unvollständige Konkurrenz. . . . .</b>	<b>559</b>
11.1	Was bedeutet Gleichgewicht in einem Oligopol? . . . . .	560
11.2	Oligopol mit homogenen Gütern: Kollusion und Kartelle. . . . .	564
11.3	Oligopol mit homogenen Gütern: Bertrand-Wettbewerb. . . . .	573
11.4	Oligopol mit homogenen Gütern: Cournot-Wettbewerb . . . . .	578
11.5	Oligopol mit homogenen Gütern: Stackelberg-Wettbewerb. . . . .	590
11.6	Oligopol mit heterogenen Gütern: Bertrand-Wettbewerb . . . . .	594
11.7	Monopolistische Konkurrenz . . . . .	602
11.8	Fazit. . . . .	607

---

<b>12</b>	<b>Spieltheorie</b> .....	<b>615</b>
12.1	Was versteht man unter einem Spiel? .....	617
12.2	Nash-Gleichgewicht in Ein-Perioden-Spielen .....	620
12.3	Wiederholte Spiele .....	636
12.4	Sequenzielle Spiele .....	643
12.5	Strategisches Verhalten, Glaubwürdigkeit und Verpflichtung .....	650
12.6	Fazit .....	665

## **Teil 4 Über die Grundlagen hinaus**

---

<b>13</b>	<b>Investitionen, Zeit und Versicherungen</b> .....	<b>671</b>
13.1	Barwertanalyse .....	672
13.2	Bewertung von Investitionen .....	683
13.3	Die Anwendung des richtigen Zinssatzes und die Kapitalmärkte .....	692
13.4	Bewertung riskanter Investitionen .....	696
13.5	Unsicherheit, Risiko und Versicherung .....	702
13.6	Fazit .....	713

---

<b>14</b>	<b>Allgemeines Gleichgewicht</b> .....	<b>719</b>
14.1	Allgemeine Gleichgewichtseffekte in Aktion .....	721
14.2	Allgemeines Gleichgewicht: Gerechtigkeit und Effizienz .....	739
14.3	Effizienz von Märkten: Austauscheffizienz .....	745
14.4	Effizienz von Märkten: Inputeffizienz .....	753
14.5	Effizienz von Märkten: Outputeffizienz .....	760
14.6	Märkte, Effizienz und die Wohlfahrtstheoreme .....	765
14.7	Fazit .....	770

---

<b>15</b>	<b>Asymmetrische Information</b> .....	<b>777</b>
15.1	Schlechte Qualitäten und adverse Selektion: Das »Zitronenproblem« .....	778
15.2	Moral Hazard .....	794
15.3	Asymmetrische Information in Prinzipal-Agent-Beziehungen .....	804
15.4	Signaling zur Lösung von Problemen aufgrund asymmetrischer Information .....	813
15.5	Fazit .....	822

---

<b>16</b>	<b>Externalitäten und öffentliche Güter</b> .....	<b>829</b>
16.1	Externalitäten .....	830
16.2	Berücksichtigung von Externalitäten .....	839
16.3	Tragik der Allmende und Coase-Theorem .....	860
16.4	Öffentliche Güter .....	869
16.5	Fazit .....	877

---

<b>17</b>	<b>Verhaltensökonomik und experimentelle Ökonomik . . . .</b>	<b>883</b>
17.1	Wenn Menschen sich nicht so wie in den ökonomischen Modellen verhalten . . . . .	885
17.2	Bedeutet Verhaltensökonomik, dass alles bisher Gelernte nutzlos ist? . . . . .	898
17.3	Empirischer Test ökonomischer Theorien: Experimentelle Ökonomik . . . . .	899
17.4	Fazit und die Zukunft der Mikroökonomik . . . . .	904
	Mathematische Grundlagen . . . . .	909
	Antworten auf Wiederholungsfragen . . . . .	919
	Lösungen zu Arbeitsaufgaben . . . . .	939
	Literaturverzeichnis . . . . .	977
	Glossar . . . . .	983
	Register . . . . .	999