

# Inhaltsverzeichnis

<b>Beispielverzeichnis</b> .....	XIII
<b>Empirikaverzeichnis</b> .....	XIV
<b>Abkürzungs- und Symbolverzeichnis</b> .....	XVI
<b>0. Einleitung</b> .....	1
<b>1. Die Güternachfrage der Haushalte</b> .....	11
<b>1.1. Subjektive Konsumpräferenzen</b> .....	12
<b>1.2. Objektive Konsummöglichkeiten (Budgetbeschränkung)</b> .....	30
<b>1.3. Optimaler Konsumplan und individuelle Güternachfrage</b> .....	35
Exkurs zu Kapitel 1.3.: Offenbarte Präferenzen .....	46
<b>1.4. Arbeitsangebot des Haushalts</b> .....	51
<b>1.5. Aggregation und Marktnachfrage</b> .....	57
1.5.1. Aggregation der einzelwirtschaftlichen Nachfragepläne .....	57
1.5.2. Engel'sche Nachfrage und Einkommenselastizität .....	59
1.5.3. Kreuznachfrage und Kreuzpreiselastizität .....	75
1.5.4. Marshall'sche Nachfrage und Eigenpreiselastizität .....	89
<b>1.6. Externe Effekte zwischen den Nachfragern (Bezugsgruppeneffekte)</b> .....	122
1.6.1. Mitläufer-Effekt .....	122
1.6.2. Snob-Effekt .....	125
1.6.3. Kombinierte Wirkung .....	127
<b>1.7. Wohlfahrtsaspekte des Konsums und der Nachfrage</b> .....	129
1.7.1. Zahlungsbereitschaft und Nachfragervorteil (Konsumentenrente) .....	129
1.7.2. Kompensierende und äquivalente Variation .....	136

<b>2. Das Güterangebot der Unternehmen</b> .....	141
<b>2.1. Technologische Produktionsbedingungen</b> .....	141
2.1.1. Grundbegriffe .....	141
2.1.2. Einzelfaktorvariation und Faktorerträge .....	149
2.1.3. Skalenvariation und Skalenerträge .....	171
2.1.4. Isoquante Faktorvariation und Grenzrate der Faktorsubstitution .....	180
2.1.5. Mehrproduktunternehmen .....	200
<b>2.2. Ökonomische Produktionsbedingungen (Kosten)</b> .....	207
2.2.1. Kostenbudget und Isokostengerade .....	208
2.2.2. Kostenminimierung .....	211
2.2.3. Langfristige versus kurzfristige Kosten .....	226
2.2.4. Gesamtkosten, Durchschnittskosten und Grenzkosten .....	248
2.2.5. Investitionen und kostenoptimale Betriebsgröße .....	279
<b>2.3. Optimaler Produktionsplan und einzelwirtschaftliches Güterangebot</b> .....	286
2.3.1. Gewinnmaximierende Ausbringungsmenge .....	287
2.3.2. Einzelwirtschaftliches Angebot und Angebotsfunktion .....	303
2.3.3. Langfristiges Angebot .....	318
<b>2.4. Faktornachfrage</b> .....	320
2.4.1. Gewinnmaximierende Faktoreinsatzmengen und Grenzproduktivitäts- bedingung .....	320
2.4.2. Faktorpreisabhängigkeit der Faktornachfrage .....	323
2.4.3. Faktornachfrage bei Kapazitäts- oder Absatzbeschränkungen .....	327
<b>2.5. Aggregation und Marktangebot</b> .....	330
<b>2.6. Externe Effekte zwischen den Anbietern (Brancheneffekte)</b> .....	342
2.6.1. Faktorpreiseffekt .....	342
2.6.2. Technologische externe Effekte .....	344
<b>2.7. Wohlfahrtsaspekte der Produktion und des Angebots</b> .....	347
<b>3. Die Preisbildung auf vollkommenen Märkten</b> .....	351
<b>3.1. Markt und Marktformen</b> .....	351
3.1.1. Marktvollkommenheit .....	352
3.1.2. Besetzungsverhältnisse der Marktseiten .....	356
3.1.3. Die wichtigsten Marktformen im Überblick .....	357
3.1.4. Analytische Marktformenunterscheidung .....	361

<b>3.2. Angebot, Nachfrage und Preisbildung bei vollkommener Konkurrenz</b> .....	364
3.2.1. Kurzfristiges Gleichgewicht von Angebot und Nachfrage .....	364
3.2.2. Kurzfristige Wirkungen exogener Parameteränderungen auf das Marktgleichgewicht .....	382
3.2.3. Existenz, Eindeutigkeit und Stabilität von Marktgleichgewichten .....	394
3.2.4. Kurzfristige Wechselwirkung zwischen den einzelwirtschaftlichen Angeboten und dem Marktgleichgewicht .....	406
3.2.5. Langfristige Wechselwirkung und langfristiges Marktgleichgewicht .....	411
3.2.6. Wechselwirkungen zwischen Märkten .....	425
3.2.7. Wohlfahrtsaspekte des Marktes .....	436
3.2.8. Wirkungen staatlicher Markteingriffe .....	439
<b>3.3. Angebotspolitik und Preisbildung im reinen Monopol</b> .....	454
3.3.1. Angebotssituation des Monopolisten .....	454
3.3.2. Erlös und Grenzerlös .....	458
3.3.3. Gewinnmaximierung .....	471
3.3.4. Wirkungen exogener Parameteränderungen .....	484
3.3.5. Vergleich des Marktergebnisses im reinen Monopol mit dem bei vollkommener Konkurrenz .....	486
<b>4. Die Konkurrenz auf unvollkommenen Märkten</b> .....	495
<b>4.1. Angebotspolitik auf unvollkommenen Märkten</b> .....	496
4.1.1. Angebotspolitische Instrumente und deren Wirkungen .....	496
4.1.2. Preisdifferenzierung .....	499
4.1.3. Analyse durchschnittskostenorientierter Preissetzung .....	507
4.1.4. Auswirkungen anderer Zielgrößen auf die Angebotspolitik .....	509
4.1.5. Berücksichtigung von Werbung in der Angebotspolitik .....	512
<b>4.2. Monopolistische Konkurrenz</b> .....	515
4.2.1. Charakterisierung der Marktform .....	515
4.2.2. Kurzfristiges Angebot .....	517
4.2.3. Langfristiges Gleichgewicht .....	519
<b>4.3. Oligopolmärkte</b> .....	523
4.3.1. Charakterisierung der Marktform .....	523
4.3.2. Homogene Oligopole .....	525
4.3.3. Heterogene Oligopole .....	538

**Anhänge**

<b>A. Aufgabenlösungen</b> .....	545
A.1. Lösungen zu den Aufgaben des ersten Hauptkapitels .....	545
A.2. Lösungen zu den Aufgaben des zweiten Hauptkapitels .....	559
A.3. Lösungen zu den Aufgaben des dritten Hauptkapitels .....	587
A.4. Lösungen zu den Aufgaben des vierten Hauptkapitels .....	605
<b>F. Funktionenverzeichnis</b> .....	607
<b>L. Literaturverzeichnis</b> .....	610
<b>M. Mathematischer Anhang</b> .....	617
M.1. Einige algebraische Grundregeln .....	617
M.2. Funktionen und Umkehrfunktionen .....	620
M.3. Ableitungen und Differentialrechnung .....	624
M.4. Arten und Eigenschaften von Funktionen .....	629
M.4.1. Monotone Funktionen .....	629
M.4.2. Lineare Funktionen .....	630
M.4.3. Konvexe und konkave Funktionen .....	634
M.4.4. Homogene Funktionen und Euler'sches Theorem .....	635
M.5. Totales Differential, Satz über implizite Funktionen und Enveloppen-Theorem .....	637
M.5.1. Totales Differential .....	637
M.5.2. Satz über implizite Funktionen .....	640
M.5.3. Hüllkurven und Enveloppen-Theorem .....	644
M.6. Optimierung unter linearen Nebenbedingungen: Der Lagrange-Ansatz .....	648
M.7. Elastizitäten .....	653
M.8. Lineare Regression .....	662
<b>S. Stichwortverzeichnis</b> .....	667