**Grundlagen der VWL**

**Kapitel 1: 10 volkswirtschaftliche Regeln**

* Haushalte und Volkswirtschaften vieles gemeinsam

(Wer macht was? Fragen, die beantwortet werden müssen z.b Sparen)

* Teilnehmer müssen (ökonomische) Entscheidungen treffen
* GRUND: Knappheit der Güter Geld, Zeit
* Entscheidungen: Wer produziert was? Für wen?

*Def: Befassung mit der Frage, wie eine Gesellschaft knappe Mittel bewirtschaftet (Ressourcenallokation)*

***Der Begriff Ressourcenallokation bezeichnet die Verteilung und Zuordnung sogenannter knapper Ressourcen wie Arbeit, Kapital, Boden und Rohstoffe in Bezug auf die Herstellung von Gütern. Die Grundlage der Ressourcenallokation besteht in jeder Volkswirtschaft in der Form, dass die vorhandenen Güter möglichst effektiv verteilt werden, um ein optimales Ergebnis zu erzielen. (Internet)***

**Regel 1: Menschen stehen vor Alternativen**

„Um etwas zu erhalten, müssen wir üblicherweise etwas anderes aufgeben“

* Individuum oder Familie

1. Kauf von Nahrung oder Kleidung
2. Nutzung von Einkommenserzielung oder Freizeit

* Unternehmen

1. Knappe Finanzmittel: Vergrößerung des U. oder Zukauf?

* Staat

1. Hohe oder niedrige Staatsquote?

1. *Begriff:* Verhältnis der gesamten Staatsausgaben zum [Bruttoinlandsprodukt (BIP)](http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/bruttoinlandsprodukt-bip.html). Die Staatsquote fällt unterschiedlich aus, je nachdem, ob die Staatsausgaben in der Abgrenzung der Finanzstatistik oder der [Volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung (VGR)](http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Definition/volkswirtschaftliche-gesamtrechnung-vgr.html) nachgewiesen werden.

2. *Bedeutung:* DieStaatsquote soll den Grad der Inanspruchnahme der gesamten Volkswirtschaft durch den staatlichen Sektor ausdrücken. Da auch Ausgaben des Staates einbezogen werden, die nicht Teilmenge des BIP sind, ist die Staatsquote eine „unechte” Quote. Sie ermöglicht damit zwar eine Einordnung der absoluten Beträge der Staatsausgaben in einem gesamtwirtschaftlichen Zusammenhang, liefert jedoch nur begrenzte Information über den Grad der Inanspruchnahme der gesamtwirtschaftlichen Leistung durch den Staat. Aussagefähiger ist die *Veränderung der Staatsquote* im Zeitablauf. Sie zeigt, ob die Staatsausgaben in einem bestimmten Zeitraum schneller oder langsamer gewachsen sind als das BIP. *Internationale Vergleiche von Staatsquoten* sind problematisch, da bereits geringe Unterschiede in den jeweils angewandten Konzepten der VGR die Aussagefähigkeit erheblich herabsetzen können.

1. Alternative Ziele: Effizienz oder Verteilungsgerechtigkeit?
   * Effizienz: Maximierung des Wertes der mit knappen Ressourcen produzierten Güte und Dienstleistungen (Nichts verschenken)
   * Verteilungsgerechtigkeit: Verteilung des Nutzens aus diesen Ressourcen nach Gerechtigkeitsprinzipien unter den Mitgliedern dieser Gesellschaft

* Spaß vs. Einkommen (privat); Effizienz vs. Verteilungsgerechtigkeit (Staat)

**Regel 2: Die Kosten von dem, was man will, bestehen aus dem, was man dafür aufzugeben hat**

Entscheiden erfordert:

* In Betracht zu ziehende Aktion möglichst präzise definiert werden
* Kosten und Nutzen der Aktionen vergleichen und abwägen

Opportunitätskosten:

Nutzen, der einem entgeht, wenn man betrachtete Aktion realisiert. (Extrablatt)

Vergleich Nutzen aus betrachteter Aktion mit Opportunitätskosten:

Bsp: Mehr Freizeit? Vergleich entgangener höchstmöglicher Lohn mit Nutzen aus zusätzlicher Freizeit.

* Skalierung notwendig, üblicherweise in Geldeinheiten
* Konzept der Zahlungsbereitschaft

**Regel 3: Rationale Menschen denken (u.a) in Grenzbegriffen**

* Marginale (Kleine) Veränderungen sind kleine Anpassungen existierender Aktionspläne
* Menschen fällen Entscheidungen, indem sie (u.a) Kosten und Nutzen marginaler Veränderungen abwägen
* Viele Auswahlprozesse müssen entschieden werden (z.B. Kino oder Theater)
* Viele Entscheidungen sind zweistufig:
* Stufe 1: Entscheidung über diskrete Aktionen
* Stufe 2: Optimale (marginale) Ausgestaltung der Aktionen
* Rückwärtsinduktion: zuerst Stufe 2 dann Stufe 1
* Entscheidungen aufgrund von Kosten und Nutzen treffen
* „Versunkene Kosten“ (sunk costs) nicht ignorieren
* sunk costs können auch strategisch genutzt werden (z.B. Großprojekte des Bundes)

**Regel 4: Menschen reagieren auf Anreize**

* Ein Anreiz veranlasst ein Menschen zum Handeln (z.B. Lohnerhöhung)

**Regel 5: Durch Handel kann es jedem besser gehen**

* Handel zwischen 2 Individuen, 2 Unternehmen oder 2 Ländern führt meist dazu, dass es beiden wirtschaftlich besser geht
* Tätigkeiten spezialisieren, welche der jeweilige Partner am Besten machen kann

**Regel 6: Märkte sind in der Regel eine gute Methode der Organisation des Wirtschaftslebens**

* In einer Marktwirtschaft werden Ressourcen durch dezentrale Entscheidungen von Unternehmen und Haushalten zugeteilt. Sie handeln miteinander auf den Märkten für Güter und Dienstleistungen
* „Unsichtbare Hand“
* Gut funktionierende Märkte führen zu einem Ausgleich von Kosten und Nutzen der Marktteilnehmer und damit einer effizienten Allokation der knappen Ressourcen

**Regel 7: Regierungen können manchmal die Marktergebnisse verbessern**

* Marktversagen liegt dann vor, wenn der Markt die Ressourcen nicht optimal verteilt
* Staat könnte in diesen Markt dann intervenieren
* Marktversagen kann verursacht werden durch:
* Fehlende Eigentumsrechte (z.b. nicht richtig definiert)
* Externalitäten: Auswirkung der Handlungen eines Marktteilnehmers auf unbeteiligte Marktteilnehmer (z.b. Luftgestank der Schokinak)
* Marktmacht: Fähigkeit Marktpreis zu beeinflussen (z.B. Monopol)
* Unvollkommene Information der Marktteilnehmer
* Besonders Wichtig: asymmetrische Information
  + Eine Seite hat mehr Infos als andere (z.B. Gebrauchtwagenkauf)

**Regel 8: Abhängigkeit des Lebensstandards von der Produktivität des Landes**

* Produktivität gemessen in Wert der pro Arbeitsstunde produzierten Güter
* Enorme Unterschiede des pro Kopf Einkommens (z.B. Deutschland - Gabun)
* Lebensstandard gemessen in Pro-Kopf Einkommen

**Regel 9: Preise steigen, wenn sich zu viel Geld im Umlauf befindet**

* Inflation: Anstieg des Preisniveaus der Volkswirtschaft
* Inflation entsteht durch rasches Wachstum der Geldmenge, wenn ZSB große Mengen in Umlauf setzt

**Regel 10: Gesellschaft hat kurzfristig Wahl zwischen Inflation und Arbeitslosigkeit**

* Erhöhung der Geldmenge führt kurzfristig zu:
* Erhöhung der Nachfrage nach Gütern und Dienstleistungen
* Steigende, von Unternehmen, geforderten Preisen
* Ausdehnung der produzierten Menge -> sinkende Arbeitslosigkeit

**Kapitel 2:**

**Methodische Ansätze der Volkswirtschaftslehre**

**Wissenschaftliche Methode der VWL:**

* Naturwissenschaftliche Denkweise: Beobachtung, Theorie, Hypothese, Test
* Theorieentwicklung in Form von Modellen
* Modelle als Abstraktion der Realität (Vereinfachung)
* Entwicklung von Hypothesen

**Modelle als nötige Abstraktion:**

* Jeder Mensch macht sich reduziertes Bild zur Erklärung von beobachteten Zusammenhängen
* Volkswirte systematisieren diesen Reduktionsprozess in einem Modell
* Ziel: Verstehen der Realität durch Beschränkung auf wesentliche Zusammenhänge
* Implementierung:
  + Abbildung der wesentlichen Zusammenhänge
  + Abstraktion von unwesentlichen Zusammenhängen
* Theorie als Modell
* **Ceteris-Paribus-Klausel:** (Kein Einfluss auf Annahme)
* Testen der Hypothese mithilfe von Daten (z.B. im Labor)

**Was ist ein Modell?**

Modelle zeigen bzw. beobachten Beziehungen Zwischen z.B. „Preis“ und „Menge“

* Modell=Abstraktion
* Vereinfachung der Analyse durch Modell: Konzentration auf Zusammenhänge zwischen wenigen wichtigen Größen (z.B. Angebot und Nachfrage)
* Modellsprache: verbal, graphisch, mathematisch
  + Verbale Sprache am Einfachsten aber am wenigsten genau
* Kunst des Modellierens: Entwicklung des einfachsten Modells mit der höchsten Aussagekraft
* Qualitative Analyse in einem theoretischen Modells:
  + Ableitung ausschließlich der Bewegungsrichtung
* Quantitative Analyse in einem empirischen Modell:
  + Bestimmung von Bewegungsrichtung und Bewegungsumfang
* Quantitative Analyse basiert auf qualitativer Analyse
* Grundlegende Annahme in den meisten Modellen: homo oeconomicus
  + Der einzelne handelt danach, was für ihn aus seiner Sicht am Besten ist

**Daten:**

* Querschnittsdaten, Zeitreihendaten, Indices, nominale vs. Reale Preise

**Mikroökonomik und Makroökonomik**

* Mikroökonomik:
  + Betrachtung einzelner Märkte
  + Entscheidungsverhalten von Haushalten und Unternehmen in Märkten
* Makroökonomik
  + Betrachtung Volkswirtschaft als Ganzes
  + Faktoren und Trends, die die Wirtschaft als Ganzes beeinflussen
* Wechselbeziehung zwischen Güter- , Arbeits- und Geldmärkten

**Positive vs. Normative Aussagen**

* Positive Aussagen: Erklärung der Welt
  + These dazu, wie die Welt ist
* Normative Aussagen: Verbesserung der Welt (Wertvorstellung)
  + Aussage dazu, wie die Welt seien sollte

**Warum Ökonomen uneins sind**

* Positive Theorien und Interpretation von Daten – und damit über das Funktionieren der Wirtschaft (Ökonom als Wissenschaftler)
* Ziel: Erklärung wirtschaftlicher Vorgänge mit größtmöglicher wissenschaftlicher Objektivität
* Normative Wertvorstellung und damit über die Ziele von wirtschaftspolitischen Maßnahmen- sie spiegeln damit die Unterschiede der Wertvorstellungen zwischen den politischen Parteien (Ökonom als Wirtschaftspolitiker)
* Widersprüchlichkeit der Aussagen von Ökonomen speziell hinsichtlich wirtschaftspolitischer Vorschläge:
* Unterschiede in den Ergebnissen und der Interpretation positiver wissenschaftlicher Analysen
* Unterschiede in den Werteurteilen

**Kapitel 3**

**Interdependenz und Handelsvorteile**

**Produktionsmöglichkeiten, Handel und Konsummöglichkeiten:**

* Vergleich der Wirtschaftsstrukturen: Autarkie und Handelsverflechtung
  + Lokale Wirtschaft kann autark (wirtschaftlich unabhängig) sein
  + Lokale Wirtschaft kann sich spezialisieren und Handel betreiben (verflochten) sen
* Zentrale Einflussgrößen auf Produktion und Handelsströme:
  + Unterschiede in den Opportunitätskosten der Güterproduktion

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Arbeitszeit für 1 Pfund | Produktionsmenge in 8 h |
|  | Fleisch Kartoffeln | Fleisch Kartoffeln |
| Ackerbauer | 60 min 15 min | 8 Pfund 32 Pfund |
| Viehbäuerin | 20 min 10 min | 24 Pfund 48 Pfund |

* Viehbäuerin ist in beiden Gütern produktiver
* Autarkie: Konsummöglichkeiten entsprechen den Produktionsmöglichkeiten
* Spezialisierung: Konsummöglichkeiten verbessern sich gegenüber Produktionsmöglichkeiten

Handelsgewinne – Zahlenbeispiel

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | Ackerbauer  Fleisch Kartoffeln | Viehbäuerin  Fleisch Kartoffeln |
| Ohne Handel:   * Arbeitzeit * Produktion und Konsum | 4h 4h  4 Pfund 16 Pfund | 4h 4h  12 Pfund 24 Pfund |
| Mit Handel:   * Arbeitszeit * Produktion und Konsum | 0 h 8h  0 Pfund 32 Pfund | 6h 2h  18 Pfund 12 Pfund |
| Handel | Erhält 5 Pfund Gibt 15 Pfund | Gibt 5 Pfund Erhält 15 Pfund |
| Konsum | 5 Pfund 17 Pfund | 13 Pfund 27 Pfund |
| Handelsgewinn  (Konsumanstieg) | + 1 Pfund + 1 Pfund | +1 Pfund +3 Pfund |

**Prinzip des komparativen Vorteils**

* Wie kommt es, dass sich Spezialisierung für die Viehbäuerin lohnt, obwohl sie doch beides kann?
* Entscheidend:
  + Lokale Unterschiede in den relativen Produktionskosten, genauer: den Opportunitätskosten für beide Güter
* Produktionskosten lassen sich auf 2 Arten feststellen:
  + Absolute Kosten: Stundenanzahl, die zur Produktion einer Einheit eines Gutes benötigt wird
  + Relative Kosten oder Opportunitätskosten: Gütermenge, die nicht produziert werden kann, wenn eine Einheit eines anderen Gutes produziert werden soll
* Produzent, dem zur Produktion einer Einheit eines Gutes geringere absolute Kosten entstehen, hat einen absoluten Vorteil bei der Produktion dieses Gutes
* Viehbäuerin braucht 10, Ackerbauer 15 Minuten zur Produktion eines Pfundes Kartoffeln
* Viehbäuerin braucht 20, Ackerbauer 60 Minuten zur Produktion eines Pfundes Fleisch
  + Viehbäuerin hat absoluten Vorteil bei der Produktion beider Güter
* Vergleich der Opportunitätskosten zur Messung der Produktionskosten:
  + Produzent, dem bei der Produktion einer Einheit eines Gutes geringere relative Kosten, also geringere Opportunitätskosten entstehen, hat komparativen Vorteil bei der Produktion dieses Gutes
* Opportunitätskosten der Produktion von Fleisch:
  + Die Produktion wie vieler Pfund Kartoffeln muss ein Produzent für die Produktion eines Pfundes Fleisch aufgeben?
* Opportunitätskosten der Produktion von Kartoffeln: <-> Gegenteil von oben

|  |  |
| --- | --- |
|  | Opportunitätskosten der Produktion von 1 Pfund  Fleisch(in Pfund Kartoffeln) Kartoffeln(in Pfund Fleisch) |
| Ackerbauer | 4 1/4 |
| Viehbäuerin | 2 1/2 |

* Opportunitätskosten des Ackerbauers bei der Produktion von Kartoffeln (1/4) sind geringer als die der Viehbäuerin (1/2)
* Opportunitätskosten der Viehbäuerin bei der Produktion von Fleisch (2) sind geringer als die des Ackerbauers (4)
* Daher sinnvoll für den Ackerbauer, mit der Viehbäuerin Kartoffeln gegen Fleisch zu kaufen
* Unterschiedliche Opportunitätskosten erzeugen komparativen Vorteil
* Wenn Handelspartner unterschiedlicher Opportunitätskosten haben, können sie aus Handel Vorteil ziehen.
* Wohlfahrtsgewinne entstehen, wenn sich Personen, Unternehmen, Länder auf die Tätigkeiten spezialisieren, in denen sie einen komparativen Vorteil haben.
* Handelsvorteile beruhen auf komparativem Vorteil, nicht Absolutem
* Prinzip des komparativen Vorteil ist auf alle Akteure (Pers., U, Länd.) anwendbar

**Kapitel 4**

**Nachfrage, Angebot und Marktgleichgewicht**

* Angebot, Nachfrage und ihr Ausgleich durch eine Anpassung der Preise sind die Triebkräfte für das Funktionieren von Märkten
* Markt besteht aus Gruppen potenzieller Käufer und Verkäufer einer bestimmten Ware oder Dienstleistung
  + Gruppe der potenziellen Käufer bestimmt die Nachfrage eines Gutes
  + Gruppe der potenziellen Verkäufer bestimmt das Angebot eines Gutes

**Marktstruktur:**

* Marktstruktur, die durchperfekten oder vollkommenen Wettbewerb gekennzeichnet ist, bezeichnen wir als vollständige Konkurrenz oder Polypol
* Annahmen für das idealtypische Gut:
  + Identische (homogene) Güter
  + Viele Käufer und viele Verkäufer
  + Kein Marktteilnehmer hat Einfluss auf den Marktpreis: Käufer und Verkäufer sind Preisnehmer = reine Mengenanpasser

**Monopol:**

* Einziger Anbieter
* Annahme an idealtypische Muster:
  + Viele Käufer
  + Ein einziger Verkäufer
  + Verkäufer bestimmt den Marktpreis
    - Indem er Preissetzer ist
    - Indem er die gesamte Menge setzt(Preis bestimmt sich über Nachfrage)
* Monopolistische Konkurrenz:
  + Viele Käufer
  + Viele Verkäufer
  + Differenzierte Produkte (Verkäufer mit eigenen Produkten)
* Oligopol:
  + Viele Käufer
  + Wenige Verkäufer
  + Preise durch Verkäufer begrenzt beeinflussbar

**Nachfrage:**

* Nachgefragte Menge: Menge eines Gutes, welche die Käufer zu gegebenen Preisen erwerben wollen
* Käufer: Zwischen- oder Endverbraucher (Unternehmen oder Konsumenten)
* Nachfragekurve: Beziehung zwischen dem Preis eines Gutes und der nachgefragten Menge
* Gesetz der Nachfrage: Nachgefragte Menge sinkt mit steigendem Preis(ceteris paribus)
* Marktnachfrage: horizontale Addition aller individuellen Nachfragekurven, also:
  + Summe aller zum jeweiligen Preis nachgefragten Mengen
* Marktnachfragekurve verschiebt sich bei Änderung der
  + Anzahl der Nachfrager
  + Einkommen der Nachfrager
  + Präferenzen der Nachfrager:
    - Zusammenfassung von Geschmack, Vorlieben
  + Preise anderer verwandter Güter
  + Erwartungen der Nachfrager
    - Z.B. an zukünftige Preise für das Gut

|  |  |
| --- | --- |
| Variable | Erhöhung dieser Variablen führt zu... |
| Preis | Bewegung entlang der Nachfragekurve nach links oben |
| Anzahl der Käufer | Verschiebung der Nachfragekurve nach rechts |
| Einkommen | Verschiebung der Nachfragekurve nach rechts/links? |
| Vorliebe | Verschiebung der Nachfragekurve nach rechts |
| Preise verwandter Güter | Verschiebung der Nachfragekurve nach rechts/links? |
| Preiserwartung | Verschiebung der Nachfragekurve mach rechts |

* Einkommenseffekt:
  + Normales Gut: Nachfrage steigt mit dem Einkommen

(z.B. Ausgaben für Tourismus)

* + Inferiores Gut: Nachfrage fällt mit steigendem Einkommen

(z.B. Ausgaben für manche Grundnahrungsmittel (Kaffeeersatz nach zweitem Weltkrieg)

**Preiseffekte:**

* Preise verwandter Güter
  + Substitute: Preissteigerung des betrachteten Gutes erhöht die Nachfrage nach dem verwandtem Gut (z.B. Kaffee und Tee)
* Komplemente: Preissteigerung des betrachteten Gutes senkt die Nachfrage nach dem verwandtem Gut (z.B. Essig und Öl)

**Angebot:**

* Angebotsmenge: Gütermenge, welche die Verkäufer veräußern wollen und können
* Angebotskurve: Beziehung zwischen Preis des Gutes und angebotener Menge bei vollkommener Konkurrenz
* Gesetz des Angebots: Angebotene Menge steigt mit dem Preis (ceteris paribus)
* Steigender Preis erzeugt Anreiz zur Produktion einer größeren Mengen
* Betrachtung im Preis-Mengen-Diagramm immer ausgehend von:
* Preis als unabhängige, also vorgegebene Größe
* Menge als abhängige, also zu bestimmende Größe
* Marktangebot: horizontale Addition aller Angebotskurven, also Summe aller jeweiligen Preis angebotenen Mengen

|  |  |
| --- | --- |
| Variable | Erhöhung dieser Variablen führt zu |
| Preis | Bewegung auf Angebotskurve nach rechts oben |
| Anzahl der Anbieter | Verschiebung der Angebotskurve nach rechts |
| Input-oder Einkaufspreise | Verschiebung der Angebotskurve nach links |
| Technologie (Fortschritt) | Verschiebung der Angebotskurve nach rechts |
| Preiserwartung | Verschiebung der Angebotskurve nach links |

**Marktgleichgewicht**

* Gleichgewicht: Zustand, in dem angebotene und nachgefragte Menge gleich sind
* Gleichgewichtspreis: Preis, der angebotene und nachgefragte Menge zur Übereinstimmung bringt
* Gleichgewichtsmenge: Zum Gleichgewichtspreis nachgefragte und angebotene Menge
* Gesetz des Ausgleichs von Angebot und Nachfrage: Preisanpassung führen zur Angleichung angebotener und nachgefragter Gütermenge

**Bewegung zum Gleichgewicht**

* Angebotsüberschuss: liegt der aktuelle Preis über dem Gleichgewichtspreis, dann liegt die angebotene Menge über die nachgefragten Menge
* Es entsteht Angebotsüberschuss
* Anbieter werden im Wettbewerb Preise verringern, um den Absatz zu stimulieren. Damit Bewegung in Richtung des Gleichgewichts
* Nachfrageüberschuss: liegt der aktuelle Preis unter dem Gleichgewichtspreis, dann liegt die nachgefragte Menge über der angebotenen Menge
* Es entsteht Nachfrageüberschuss (Güterknappheit)
* Anbieter werden ihre Preise erhöhen, damit Bewegung in Richtung des Gleichgewichts

**Walrasianischer Auktionator**

* Der Walrasianische Auktionator ist ein theoretischer Konstrukt
* Auktionator erfragt Mengengebote (nachgefragte und angebotene Mengen) zu unterschiedlichen Preisen
* Auktionator setzt den Preis, der zum Ausgleich von Marktnachfrage und Marktangebot führt

**Analyse von Gleichgewichtsänderungen**

* Unterscheidung zwischen exogenen und endogenen Größen in einem Modell:
  + Endogene Größen: Die innerhalb des Modells bestimmte Größen
  + Exogene Größen: Nicht im Modell bestimmte, aber das Ergebnis beeinflussende Größen
* Endogene Größen im Marktmodell:
  + Gleichgewichtspreis
  + Gleichgewichtsmenge
* Betrachten Wirkung eines exogenen Schocks auf endogene Größen Gleichgewichtspreis und Gleichgewichtsmenge
  + Bsp. Effekt zunehmender Hitze auf Verkauf von Speiseeis
  + Bsp. Effekt einer Erhöhung des Zuckerpreises auf Verkauf von Speiseeis
* 3 Analyseschritte:

1. Entscheide, ob das betrachtete exogene Ereignis die Angebots- oder die Nachfragekurve beeinflusst (oder beide)
2. Entscheide über die Richtung der Kurvenverschiebung(en)
3. Verwende das Angebots-Nachfrage-Diagramm, um die resultierende Änderung des Marktgleichgewichts festzustellen

**Kapitel 5**

**Elastizität und ihre Anwendungen**

**Elastizitäten:**

* Indices, die Auskunft darüber geben, wie scharf Nachfrager und Anbieter auf Veränderungen reagieren
* Wesentliche Elastizitäten:
  + Preiselastizität der Nachfrage
  + Einkommenselastizität der Nachfrage
  + Preiselastizität des Angebots
* Erlauben:
  + Genauere Analyse von Angebot und Nachfrage und der Wirkung auf das (Markt) Gleichgewicht
  + Vergleich über verschiedene Märkte hinweg
* Preiselastizität der Nachfrage:
* Misst um wie viel % sich die von einem Gut nachgefragte Menge ändert, wenn sich der Preis des Gutes um 1% erhöht
* Prozentuale Änderung der nachgefragten Menge

Prozentuale Preisänderung

* Konvention: positive Definition der Preiselastizität (absoluter Wert)
* Berechnungsbeispiel:

Eiskugel von 2€ auf 2,20€; Rückgang der nachgefragten Menge von 10 auf 8

(10-8)/((10+8)/2)\* 100\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ = 22,2% =2,33

(2,20-2,00)/((2,20+2,00)/2)\*100 9,5%

* Preisänderung von 1% verringert nachgefragte Menge um 2,33%
* Preiselastizität der Nachfrage hängt ab von:
  + Wie der Markt abgegrenzt ist
  + Ob nahe Substitute erhältlich sind
  + Wie lange der Betrachtungszeitrum ist
* Sie steigt wenn,
  + Der Markt enger definiert wird
  + Die Anzahl naher Substitute steigt
  + Der Betrachtungszeitraum größer wird
* Preisinelastische Nachfrage
* Preiselastizität der Nachfrager < 1
* Nachgefragte Menge reagiert nicht sehr stark auf Preisveränderungen

(z.B. Notfalloperationen)

* Preiselastische Nachfrage
* Preiselastizität > 1
* Nachgefragte Menge reagiert stark auf Preisveränderungen

(z.B. enge Substitute rote vs. Gelbe Gummibärchen)

* Vollkommene preisinelastische Nachfrage
  + Nachfragemenge reagiert nicht auf Preisveränderungen
* Einheitspreiselastizität der Nachfrage
  + Nachfragemenge verändert sich um den gleichen %-satz wie der Preis
* Vollkommene preiselastische Nachfrage
  + Kleine Veränderung führt zu einer unendlichen Veränderung der Nachfragemenge

**Umsatz und Preiselastizität der Nachfrage entlang einer linearen Nachfragekurve**

* Preisinelastische Teil der Nachfrage
  + Preiserhöhung bewirkt Umsatzanstieg
* Prozentualer Preisanstieg übersteigt prozentualen Rückgang der Nachfragemenge
* Hinweis:
  + Konsequenzen für Unternehmensverhalten, wenn Unternehmen den Preis setzen kann
* Preiselastischer Teil der Nachfrage
  + Preiserhöhung bewirkt Umsatzrückgang
* Prozentualer Preisanstieg
  + Ist geringer als prozentualer Rückgang der Nachfragemenge
* Gleicher Hinweis
  + Konsequenzen für Unternehmensverhalten, wenn Unternehmen den Preis setzen kann!

**Einkommenselastizität der Nachfrage**

* Einkommenselastizität der Nachfrage
  + Misst, um wie viel % sich die von einem Gut nachgefragte Menge ändert, wenn das Einkommen sich um 1% erhöht
* Einkommenselastizität der Nachfrage
* Prozentuale Änderung der nachgefragten Menge

Prozentuale Einkommensänderung

* Positive Einkommenselastizität
  + Normale Güter
  + Zu einem gegebenen Preis nachgefragte Menge steigt mit zunehmendem Einkommen
* Negative Einkommenselastizität
  + Inferiore Güter
  + Zu einem gegebenen Preis nachgefragte Menge fällt mit zunehmendem Einkommen (z.B. billige Nahrungsmittel mit höherwertigen Substituten)
* Niedrige positive Einkommenselastizität
  + Einkommensinelastische Nachfrage
    - Lebensnotwendige Güter (z.B. Heizung, Kleidung, Nahrung)
* Hohe positive Einkommenselastizität
  + Einkommenselastische Nachfrage
    - Luxusgüter (z.B. Sportwagen, Pelze, Champagner)

**Kreuzpreiselastizität der Nachfrage**

* Kreuzpreiselastizität der Nachfrage
  + Misst, um wie viel % sich die von einem Gut nachgefragte Menge ändert, wenn sich der Preis eines anderen Gutes um 1% erhöht
* Kreuzpreiselastizität der Nachfrage
* Prozentuale Änderung der nachgefragten Menge von Gut 1

Prozentuale Preisänderung von Gut 2

* Positive Kreuzpreiselastizität bei Substituten
* Negative Kreuzpreiselastizität bei Komplementen

**Preiselastizität des Angebots**

* Preiselastizität des Angebots
  + Misst, um wie viel % sich die von einem Gut angebotene Menge ändert, wenn sich der Preis des Gutes um 1% erhöht
* Preiselastizität des Angebots
* Prozentuale Änderung der angebotenen Menge

Prozentuale Preisänderung

* Preiselastizität des Angebots hängt davon ab:
  + Wie flexibel die Produktion ist
  + Ob die Inputpreise in der nachgefragten Menge variieren
  + Wie lang der Betrachtungszeitraum ist
* Sie steigt, wenn
  + Die Produktion flexibler wird

**Preiselastizität und Komparative Statik**

* Zur Erinnerung: 3 Analyseschritte

1. Entscheide, ob ein Ereignis die Angebots- oder die Nachfragekurve beeinflusst (oder beide)
2. Entscheide über die Richtung der Kurvenverschiebung
3. Verwende das Angebots-Nachfrage-Diagramm, um die resultierende Änderung des Marktgleichgewichts festzustellen