

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	5
<b>Kapitel 1 Ökonomie und Management .....</b>	<b>15</b>
1.1 Wie Ökonomen denken .....	15
1.1.1 Das Bestmögliche .....	15
1.1.2 Mikro- und Makroökonomie .....	17
1.2 Kernbegriffe der Ökonomie .....	19
1.2.1 Bedürfnisse und Güter .....	19
1.2.2 Nutzen .....	20
1.2.3 Die Marginalanalyse .....	21
1.2.4 Opportunitätskosten .....	22
1.2.5 <i>Ceteris paribus</i> .....	23
1.2.6 Versuch und Irrtum .....	24
1.3 Das Menschen- und Gesellschaftsbild der Ökonomie .....	25
1.3.1 <i>Homo Oeconomicus</i> .....	25
1.3.2 Werturteilsfreiheit .....	26
1.3.3 Die kommunizierenden Röhren .....	27
1.3.4 Lohn und Strafe .....	28
1.3.5 Wettbewerb und Auslese .....	29
1.4 Ökonomie und Management .....	29
1.4.1 Die Wissenschaft vom Management .....	29
1.4.2 Nutzen der Ökonomie für das Management .....	30
1.4.3 Das Theorie-Entscheidungs-Gefälle .....	33
1.4.3.1 Modelle .....	33
1.4.3.2 Institutionen .....	34
1.4.3.3 Prognosen .....	34
1.4.4 Etwas Gutes über Modelle .....	35
1.4.5 <i>Managerial Economics</i> .....	35
Kontrollfragen .....	37
<b>Kapitel 2 Haushalt, Konsumgüterwahl und Nachfrage .....</b>	<b>38</b>
2.1 Haushalt und Haushaltseinkommen .....	38
2.2 Das Verbraucher-Gleichgewicht .....	39
2.2.1 Die allgemeine Lösung .....	39
2.2.2 Die graphische Lösung .....	41
2.2.3 Ein Beispiel .....	42

2.2.4	Wofür geben wir unser Geld aus? .....	45
2.2.5	Perfekte Substitution, Ergänzung, Unteilbarkeit .....	46
2.3	Kritische Würdigung der Indifferenzanalyse .....	47
2.3.1	Gewohnheitsverhalten .....	48
2.3.2	Informationsdefizite .....	49
2.3.3	Lust an der Vielfalt .....	49
2.3.4	Simultaneität oder sequentielle Güterwahl .....	50
2.4	Änderungen in Präferenzen, Einkommen und Güterpreisen .....	53
2.4.1	Änderungen in den Präferenzen .....	53
2.4.2	Änderungen im Einkommen .....	53
2.4.3	Änderungen in den Güterpreisen .....	54
2.5	Die Konsumnachfrage .....	55
2.5.1	Der Begriff Nachfragefunktion .....	55
2.5.2	Die Marktnachfrage .....	57
2.5.3	Anomal verlaufende Nachfrage .....	58
2.5.4	Elastizität der Nachfrage .....	59
2.5.4.1	Direkte Preiselastizität .....	59
2.5.4.2	Kreuzpreiselastizität .....	60
2.5.4.3	Einkommenselastizität .....	61
2.5.5	Die Konsumnachfrage aus unternehmerischer Sicht .....	62
	Kontrollfragen .....	64
<b>Kapitel 3</b>	<b>Grundlagen des Angebotsverhaltens</b> .....	<b>66</b>
3.1	Produktion und Produktionsfaktoren .....	66
3.1.1	Zur Einführung .....	66
3.1.2	Der Boden .....	67
3.1.3	Die Arbeit .....	68
3.1.4	Das Kapital .....	69
3.1.5	Unternehmertum und Management .....	69
3.1.6	Andere Faktoren? .....	72
3.2	Produktionsfunktionen .....	73
3.2.1	Zum Begriff »Produktionsfunktionen« .....	73
3.2.2	Typen von Produktionsfunktionen .....	74
3.2.2.1	Produktionsfunktionen mit linearen Koeffizienten ..	74
3.2.2.2	Variable Koeffizienten: Das Ertragsgesetz .....	75
3.2.2.3	Variable Koeffizienten: <i>Cobb-Douglas</i> .....	75
3.3	Optimaler Faktoreinsatz .....	79
3.3.1	Die Minimalkostenkombination .....	79
3.3.2	Expansion des Unternehmens .....	82
3.4	Kostenanalyse .....	84
3.4.1	Kostenbegriffe .....	84
3.4.2	Kostenfunktionen .....	85
3.4.3	Ein Beispiel: Das 50. Paar .....	86

3.5	Das Angebot des Unternehmens	88
3.5.1	Allgemeine Regel	88
3.5.2	Wo gibt es ansteigende Grenzkosten?	90
3.5.3	Wo das Angebot unbestimmt ist.	92
3.6	Das Mehrproduktunternehmen	95
3.6.1	Die Transformationskurve	95
3.6.2	Optimale Produktionsmengen zweier Güter	97
	Kontrollfragen	98
<b>Kapitel 4</b>	<b>Markt und Preisbildung</b>	<b>99</b>
4.1	Markt und Marktgleichgewicht	99
4.1.1	Grundbegriffe	99
4.1.2	Funktionen des Marktpreises	100
4.1.3	Marktversagen	101
4.1.3.1	»Raubbau« an der Natur	101
4.1.3.2	Trittbrettfahren und öffentliche Güter	102
4.1.3.3	Ungleiche Vermögens- und Einkommensverteilung	102
4.1.3.4	Was tun?	103
4.2	Der vollkommene Polypolmarkt	103
4.2.1	Voraussetzungen	103
4.2.2	Gleichgewicht auf dem vollkommenen Polypolmarkt	104
4.2.2.1	Der Begriff »Marktgleichgewicht«	104
4.2.2.2	Der Grenzanbieter	105
4.2.2.3	Die Produzentenrente	106
4.2.2.4	Die Konsumentenrente	106
4.2.3	Verschiebungen des Gleichgewichtes	106
4.2.4	Verzögerte Angebotsanpassung	108
4.2.5	Auswirkungen externer Größen auf das Marktgleichgewicht	110
4.2.5.1	Der Mindestpreis	110
4.2.5.2	Der maximale Preis	110
4.2.5.3	Mengenbegrenzungen	111
4.2.5.4	Indirekte Steuer	111
4.3	Folgen eines Monopols	112
4.3.1	Was ist ein Monopol?	112
4.3.2	Warum gibt es Monopole?	114
4.3.2.1	Interne Effekte	114
4.3.2.2	Externe Effekte	116
4.3.2.3	Ordnungsmaßnahmen und die Gesetzgebung	116
4.3.3	Die Lösung des Monopols nach <i>Cournot</i>	117
4.3.4	Das diskriminierende Monopol	119
4.3.5	Die Monopolmacht und die Elastizität der Nachfrage	120
4.3.6	Das Monopson	121
4.4	Bestreitbare Märkte	123

4.5	Das vollkommene Oligopol	125
4.5.1	Definition eines Oligopols	125
4.5.2	Das Cournot'sche Dyopol	126
	Kontrollfragen	128
<b>Kapitel 5</b>	<b>Strategischer Wettbewerb bei Güterhomogenität</b>	129
5.1	Strategischer Wettbewerb	129
5.1.1	Zum Strategiebegriff	129
5.1.2	Strategie in der Managementlehre	129
5.1.3	Der Strategiebegriff aus Sicht von Mikroökonomie und Spieltheorie	132
5.2	Ein <i>Nash</i> -Gleichgewicht	133
5.3	Preiswettbewerb im vollkommenen Dyopol	136
5.3.1	Ein <i>Bertrand</i> -Dyopol	136
5.3.2	<i>Kinked-Demand-Curve</i> nach <i>Sweezy</i>	137
5.4	Aktiver Mengenwettbewerb	138
5.4.1	Asymmetrisches Dyopol	139
5.4.1.1	Voraussetzungen	139
5.4.1.2	Ein Rechenbeispiel	140
5.4.1.3	Marktführer oder Monopolist?	142
5.4.1.4	Der iterative Fall und der <i>first-mover</i> -Vorteil	142
5.4.2	Unabhängigkeit und Konfliktfall	143
5.4.3	Die Kartellabsprache	146
5.4.4	Kritische Würdigung der vollkommenen Dyopole	147
	Kontrollfragen	151
<b>Kapitel 6</b>	<b>Strategischer Wettbewerb: Wertschöpfung, Werteroberung, Asymmetrien</b>	152
6.1	Unterschiede zum vorigen Kapitel	152
6.2	Transaktionskosten und ihre Folgen	153
6.2.1	Zum Begriff »Transaktionskosten«	153
6.2.2	Wertschöpfung	155
6.3	Werteroberung	156
6.3.1	Marktmacht	156
6.3.2	Ricardianische Rente	157
6.3.3	Thünen'sche Rente	158
6.4	Produktdifferenzierung	161
6.4.1	Zum Begriff »Produktdifferenzierung«	161
6.4.2	Wie findet Produktdifferenzierung statt?	161
6.4.2.1	Werbung	161
6.4.2.2	Innovation und Patentrechte	165
6.4.3	Auswirkungen der Produktdifferenzierung auf Preisstrategien	167

6.4.3.1	Preiswettbewerb bei Produktdifferenzierung . . . . .	167
6.4.3.2	Preisstrategien bei Netzwerken . . . . .	168
6.4.3.3	Preisklasse und Markentreue . . . . .	170
6.4.3.4	Preispolitik in der Krise . . . . .	171
6.4.4	Antizipation einmal anders: die <i>Maradona</i> -Führerschaft . . . . .	173
6.5	Informationsasymmetrien und ihre Folgen . . . . .	174
6.5.1	Herden-Effekte . . . . .	175
6.5.2	<i>Adverse Selection</i> . . . . .	176
6.5.3	<i>Moral Hazard</i> . . . . .	176
6.5.4	<i>Principal-Agent Case</i> . . . . .	178
6.5.5	<i>Coase</i> -Theorem . . . . .	178
	Kontrollfragen . . . . .	180
<b>Kapitel 7</b>	<b>Planung und Organisation als Wettbewerbsfaktoren . . . . .</b>	<b>181</b>
7.1	Gegenstand der Analyse . . . . .	181
7.2	Markt- und produktbezogene Strategische Planung . . . . .	182
7.2.1	Zum Begriff »Strategische Planung« . . . . .	182
7.2.2	Die Analyse von Potentialen und Lücken am Markt . . . . .	183
7.2.3	Der Produktlebenszyklus . . . . .	184
7.2.4	Die Portfolio-Analyse . . . . .	186
7.2.5	Branchenstrukturanalyse . . . . .	188
7.3	Erfahrungskurven . . . . .	191
7.3.1	Lernkurven-Effekt . . . . .	192
7.3.2	Die Größendegression . . . . .	193
7.3.3	Technischer Fortschritt – Managementfortschritt . . . . .	193
7.3.4	Eine kritische Würdigung der Erfahrungskurvenlehre . . . . .	194
7.4	Grundlagen der Organisationsökonomie . . . . .	195
7.4.1	Der Begriff »Organisation« . . . . .	195
7.4.2	Multidivisionale Organisation . . . . .	196
7.4.3	Zentralisierung vs. Dezentralisierung . . . . .	197
7.4.4	Spezialisierung . . . . .	199
7.4.5	Produkte oder Regionen . . . . .	201
7.5	Vertikalintegration und Outsourcing . . . . .	202
7.5.1	Die Entscheidungsspanne im Einkauf . . . . .	202
7.5.2	<i>Specialized Investment</i> und Wahlfreiheit . . . . .	203
7.5.3	Optimale Bindungsdauer . . . . .	204
7.5.4	Hersteller und Händler . . . . .	205
7.6	Waagerechte Integration . . . . .	208
	Kontrollfragen . . . . .	209
<b>Kapitel 8</b>	<b>Ökonomie der Beschäftigung . . . . .</b>	<b>211</b>
8.1	Die Sicht des Arbeitnehmers . . . . .	211
8.1.1	Arbeitsangebot und Lohn . . . . .	211

8.1.2	Nicht nur der Lohn zählt . . . . .	213
8.1.3	Nominal- und Reallohn . . . . .	214
8.1.4	Die Arbeitsangebotsfunktion . . . . .	215
8.2	Das Beschäftigungsoptimum aus Arbeitgebersicht . . . . .	216
8.2.1	Kurz- und langfristige Entscheidungen . . . . .	216
8.2.2	Die optimale Beschäftigung bei undifferenzierter Arbeitsleistung . . . . .	217
8.2.3	Praktische Probleme mit der Produktivitätstheorie . . . . .	219
8.2.3.1	Substitution oder Komplementarität? . . . . .	219
8.2.3.2	Die Konstanz des Kapitals . . . . .	219
8.2.3.3	Die Faktorenhomogenität . . . . .	220
8.2.3.4	Die Schätzung zukünftiger Wertschöpfung . . . . .	220
8.2.3.5	Angebotsknappheit . . . . .	220
8.2.3.6	Summa summarum . . . . .	221
8.3	Vollkommene und unvollkommene Arbeitsmärkte . . . . .	221
8.3.1	Mindestlohn und Beschäftigung . . . . .	222
8.3.2	Mindestlohn und Wettbewerb . . . . .	223
8.3.3	Regulierungsfrage Tarifabschluss . . . . .	224
8.3.4	Privilegien . . . . .	226
8.3.4.1	Die Altersteilzeit . . . . .	226
8.3.4.2	<i>Advantage Insider</i> . . . . .	227
8.3.5	Leiharbeit . . . . .	228
8.3.6	Der Ordnungsrahmen: Was vom Lohn übrig bleibt . . . . .	230
8.4	Personalökonomische Fragestellungen . . . . .	231
8.4.1	Kosten und Nutzen einer optimalen Auswahl . . . . .	231
8.4.2	Lernkurven-Effekte, Lohn und Beschäftigung . . . . .	232
8.4.3	Motivationsaspekte . . . . .	234
8.5	Die Entlohnung von Führungskräften . . . . .	235
8.5.1	Das Problem . . . . .	235
8.5.2	Ein <i>closed-shop</i> Modell . . . . .	236
8.5.3	Problemkreis variable Vergütung . . . . .	237
8.5.4	Den Kreis erweitern . . . . .	238
	Kontrollfragen . . . . .	239
<b>Kapitel 9 Kapital und Geld aus mikroökonomischer Sicht . . . . .</b>		<b>241</b>
9.1	Die Begriffe Kapital und Geld . . . . .	241
9.2	Zins, Investieren und Sparen . . . . .	242
9.2.1	Zinsbegriffe . . . . .	242
9.2.1.1	Nominalzins und Realzins . . . . .	242
9.2.1.2	Effektivzinsen . . . . .	242
9.2.1.3	Aktiv- und Passivzinsen . . . . .	243
9.2.2	Das Investitionsverhalten . . . . .	244
9.2.3	Grundlagen des Sparverhaltens . . . . .	246

9.2.3.1	Sparbetrag und Sparquote .....	246
9.2.3.2	Gegenwarts- und Zukunftsgüter .....	247
9.2.3.3	Substitutions- und Einkommenseffekt .....	247
9.2.3.4	Eine mikroökonomische Sparfunktion .....	249
9.2.3.5	Andere Faktoren .....	250
9.2.3.6	Anlagestrategie und -kriterien .....	250
9.2.4	Interdependenz zwischen Kapital- und Gütermarkt .....	253
9.3	Mikroökonomische Grundlagen der Geldnachfrage .....	254
9.3.1	Zum Begriff »Geld« .....	254
9.3.1.1	Relativpreise und Geldpreise .....	254
9.3.1.2	Nominalwert und Realwert des Geldes .....	255
9.3.1.3	Geldvermögen, Leistungs- und Finanztransaktionen .....	255
9.3.1.4	Kosten der Kassenhaltung .....	256
9.3.2	Zum Bedarf an Geld .....	256
9.3.2.1	Die Quantitätsrelation .....	256
9.3.2.2	Kassenhaltung und Preise .....	257
9.3.2.3	Kassenhaltung, Transaktionsvolumen, Vorsicht ....	258
9.3.2.4	Kassenhaltung und Umlaufgeschwindigkeit des Geldes .....	258
9.3.2.5	Die Spekulationskasse .....	259
9.4	Eine altmodische Kriseninterpretation? .....	260
	Kontrollfragen .....	263
	Literaturhinweise .....	265
	Stichwortverzeichnis .....	269