

MSc Angewandtes Unternehmensmanagement

Ing. Wolfgang Oberchristl, MBA



Syllabus

LE	Thema	Lehrinhalte im Detail	
8	Einführung in Unternehmen und Markt	<p>Einführung in die VWL</p> <p>Gesamtökonomische Zusammenhänge und deren individuellen Auswirkungen, Aggregation von individuellen Entscheidungen; Produktionsfaktoren, Mobilität und Globalisierung, Mobilität von Produktionsfaktoren sowie daraus resultierende Gesetzmäßigkeiten; Wohlstandstreiber: Arbeitsteilung und Spezialisierung; Volkswirtschaftliche Gesamtrechnung, Grundzüge der Makroökonomie, Zusammenhang makroökonomischer Märkte</p>	

Wolfgang Oberchristl

- Geschäftsführer ORGATECH EDV+Unternehmensberatung GmbH
25 Jahre Beratungserfahrung
- Experte in Unternehmensführung und Managementsystemen
- auf das Entwickeln von Organisationen und Führungskräften spezialisiert
- unterstützt Unternehmen beim Aufbauen von Strategien und Strukturen
- setzt mit einem Team von Praktikern mit langjähriger Erfahrung in projektorientierten Betrieben definierte Aufgabenstellungen von Kunden um
- Referent für TÜV, WIFI A, Uni Klagenfurt, Berufsakademie Bautzen und FH Wien
- Themen: Unternehmensführung, Strategie, Projekt-, Qualität, Prozessmanagement, und Mitarbeiterführung
- Ausbildungen: Elektrotechnik (Ing.), Generalmanagement (MBA)



Einordnung

Formal- wissenschaft	Realwissenschaft							
Mathematik und Logik	Naturwissenschaft			Sozialwissenschaft				
	Physik	Chemie	Biologie	Rechts- wissenschaft	Soziologie	Psychologie	Wirtschaftswissenschaft	
							Volkswirt- schaftslehre	Betriebswirt- schaftslehre

Abgrenzung Betriebswirtschaft (BWL) und Volkswirtschaft (VWL)

Betriebswirtschaftslehre (BWL)

- beschreibt und untersucht die ökonomischen Funktionen eines Betriebs in einer Volkswirtschaft.
- Dazu gehört neben den Unternehmenszielen und den betriebswirtschaftlichen Funktionen vor allem die optimale Organisation der Produktionsfaktoren.

allgemeine BWL:

- befasst sich mit planerischen, organisatorischen und rechentechnischen Entscheidungen in Betrieben, und ist funktionsübergreifend und branchenübergreifend ausgerichtet.

spezielle BWL:

- funktionelle oder institutionelle Gliederung

institutionelle spezielle BWL:

- nach Branchen: Industrie-, Bank-, Versicherungs-, Handelsbetriebslehre

funktionelle spezielle BWL:

- nach Funktionen: Marketing, Controlling, Finanzwirtschaft, internationale BWL, Produktion & Logistik, etc.

Abgrenzung Betriebswirtschaft (BWL) und Volkswirtschaft (VWL)

Volkswirtschaftslehre (VWL)

- untersucht gesamt- und einzelwirtschaftliche Zusammenhänge und Prozesse.
- Grundfragen sind Handel, Ressourcenallokation, die Ursachen des Wohlstandes, das Gestalten der Produktion, das Verteilen des Wohlstandes, Ursachen von Wirtschaftskrisen und die Themen Finanzen, Steuern, Arbeit und Arbeitslosigkeit, Recht, Armut, Umweltschutz etc.

Mikroökonomie:

- Angebot & Nachfrage, Preisfunktionen & -elastizität, Produktionsfaktoren & -funktionen, Entwicklung, Öffentliche Wirtschaft, Regulierung, etc.

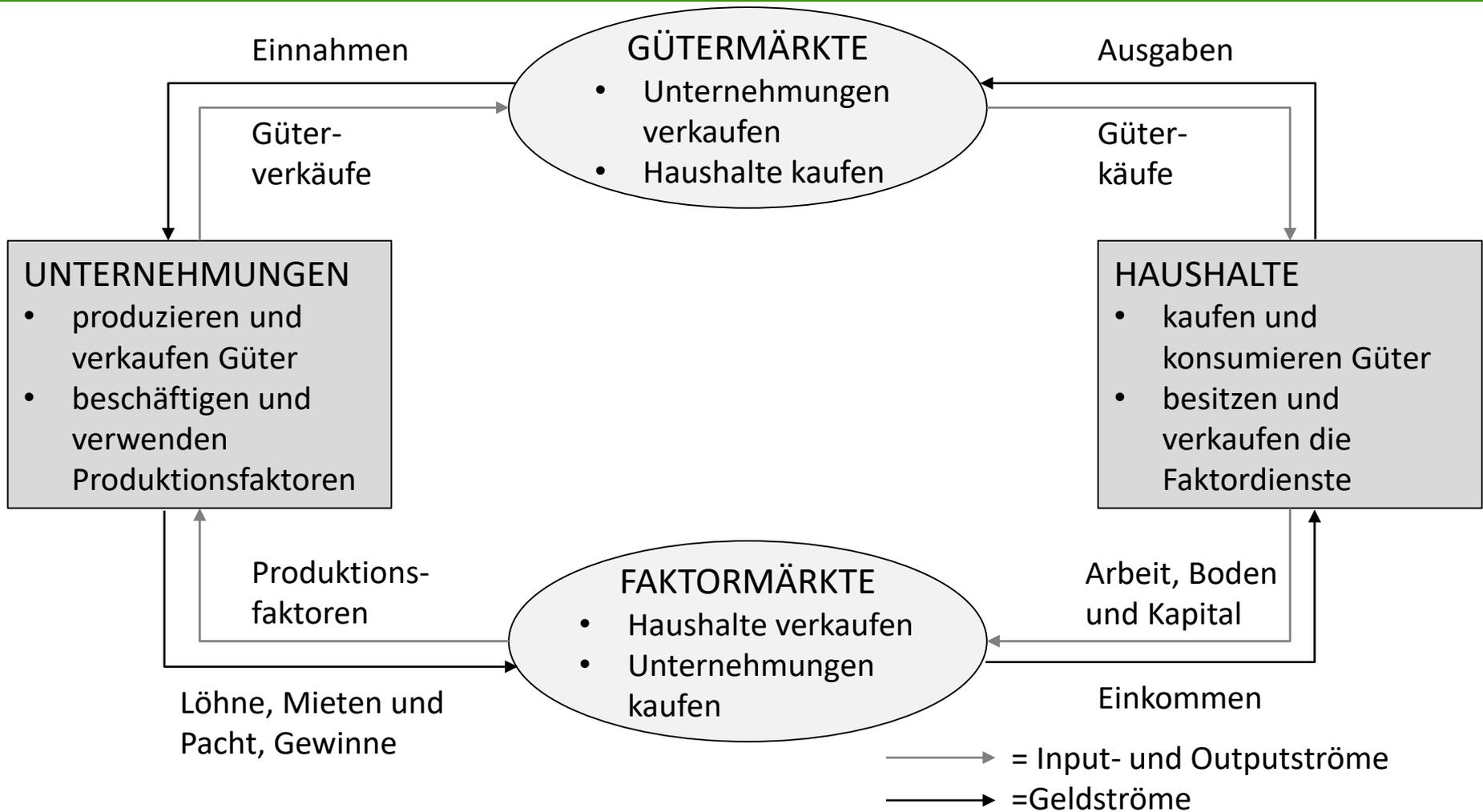
Makroökonomie:

- gesamtwirtschaftlicher Konsum, Geld- & Fiskalpolitik, Arbeitsmarkt, Konjunktur- & Wachstumstheorie, Außenwirtschaft, Zahlungsbilanzen, Ermittlung volkswirtschaftlicher Daten (BIP), etc.

Grundlagen: Bedürfnisse, Nachfrage & Angebot

- Motor der Wirtschaft sind die Bedürfnisse der Menschen. Es sind jene Bedürfnisse und Wünsche relevant, die durch das Anbieten von Gütern und Dienstleistungen befriedigt werden können.
- Grundsätzlich werden drei Arten von Bedürfnissen unterschieden:
 - Existenzbedürfnisse
 - Grundbedürfnisse
 - Luxusbedürfnisse
- Werden diese Bedürfnisse von Kaufkraft unterstützt so spricht man von Bedarf oder Nachfrage nach Gütern/Dienstleistungen.
- Aufgabe der Wirtschaft ist es der Nachfrage ein Angebot gegenüberzustellen, wobei das Problem besteht, dass Güter i.d.R. im Vergleich zum Bedarf knapp sind.
- Die Wirtschaft hat also eine Allokationsfunktion, bei der knappe Güter einer Nachfrage (mit knappen Ressourcen - Geld) gegenübergestellt werden.

Der Kreislauf



Wirtschaftseinheiten & Produktionsfaktoren

Wirtschaftseinheiten

- *Haushalte (private & öffentliche)*: konsumorientiert, Eigenbedarfsdeckung; man spricht von Konsumtionswirtschaft.
- *Unternehmen*: produktionsorientiert, Fremdbedarfsdeckung; man spricht von Produktionswirtschaft. Ziel von Unternehmen ist es der die Nachfrage mit einem effizienten Einsatz der Produktionsfaktoren zu befriedigen.

Produktionsfaktoren

- Inputgüter die zur betrieblichen Leistungserstellung kombiniert werden.
 - Betriebsmittel (Potenzialfaktoren)
 - Werkstoffe (Repetierfaktoren)
 - Menschliche Arbeitsleistung
 - Information & Wissen

Begriffe

Bedürfnisse

- Bedürfnisse sind unbestimmte Gefühle des Mangels, die durch eine Entscheidung für ein bestimmtes Gut konkretisiert werden d.h. Summe der konkretisierten Bedürfnisse ist mit Kaufkraft ausgestattet und im Bedarfsplan eines privaten oder öffentlichen Haushaltes enthalten
- Bedürfnisse sind die Triebfeder einer Volkswirtschaft bzw. der Beweggrund des Handelns, da durch sie erst das ökonomische Wirtschaften ermöglicht wird
- Bedürfnisse können durch äußere Einflüsse erzeugt und geändert werden
 - Existenzbedürfnisse
 - Kulturbedürfnisse
 - Luxusbedürfnisse
- Dringlichkeit
 - *Existenzbedarf*: was der Erhaltung der Existenz dient;
 - *Wahlbedarf*: alles, was nicht der Existenz dient
- Befriedigung:
 - *Individualbedarf*: alle Entscheidungen einer privaten Person oder eines Haushaltes
 - *Kollektivbedarf*: Gruppe/Gemeinschaft wollen befriedigt werden



Begriffe

Nachfrage

- des reelle Resultat aus dem Bedarf, dass nun konkretisiert & aktiv am Markt mitwirkt d.h. der Bedarf wird durch einen Kaufentschluss am Markt wirksam

Güter und Güterangebot

- jedes Mittel/Dienstleistung das ein Bedürfnis befriedigt
- stiftet einen entsprechenden Nutzen
- primärer Gegenstand des Anbieters an den Nachfrager
 - wirtschaftliche Güter sind knapp
 - wirtschaftliche Güter stiften einen Nutzen
 - das Herstellen von wirtschaftlichen Gütern verursacht Kosten
 - wirtschaftliche Güter erzielen am Markt einen Preis
- wirtschaftliche Güter sind Sachgüter & Dienstleistungen, und werden in
 - Konsum- und Produktionsgüter
 - Substitutions- und Komplementärgüter
 - Verbrauchs- und Gebrauchsgüter unterschieden werden



Begriffe

Sachgüter	Dienstleistungen
<ul style="list-style-type: none"> • sind materieller Natur (Rohstoffe, Maschinen, ...) • werden erst produziert und dann konsumiert • Rechte bzw. Patente stellen Ansprüche auf materielle Dinge dar 	<ul style="list-style-type: none"> • nicht materieller Natur (Friseur, KFZ, ...) • „Produktion“ und Konsum findet gleichzeitig statt • können nicht als Eigentum erworben werden • die Bedürfnisbefriedigung erfolgt durch die unmittelbare Leistung
Konsumgüter	Produktionsgüter
<ul style="list-style-type: none"> • dienen der unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung • konsumiert man direkt • kann als Gebrauchs- oder Verbrauchsgut verwendet werden 	<ul style="list-style-type: none"> • dienen der mittelbaren Bedürfnisbefriedigung • werden hauptsächlich zum Herstellen anderer Güter eingesetzt
<p>Verbrauchsgüter gehen während dem Verwenden unter oder wandeln sich, Gebrauchsgüter können über einen längeren Zeitraum eingesetzt werden bzw. einen Nutzen stiften!</p>	



Begriffe

Substitutionsgüter	Komplementärgüter
<ul style="list-style-type: none"> • sind Güter die am Markt etablierte Güter bei gleicher oder verbesserter Funktion ablösen bzw. ersetzen • Substitute sind Güter, die dieselben oder ähnliche Bedürfnisse stillen und daher vom Konsumenten als gleichwertiges Ersatzgut angesehen werden. Der Ersatz ist gegeben, wenn sich die Güter in Preis, Qualität und Leistung entsprechen <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Margarine ersetzt Butter • Mais-Zucker ersetzt Zuckerrüben • Zuckerrüben ersetzen Zuckerrohr 	<ul style="list-style-type: none"> • sind Güter, die zusätzlich bei der Verwendung eines „Hauptgutes“ anfallen bzw. benötigt werden. • sind Güter, die sich für den Nutzen ergänzen und zusammen nachgefragt werden • sind Güter, die sich gegenseitig ergänzen. <p>Beispiele:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Alpinski und Liftkarte, • Tapeten und Tapetenkleister



Begriffe

Güterangebot

Ist die wirkliche Gütermenge, die die Unternehmen auf einem bestimmten Markt absetzen wollen bzw. können

Markt (einfache Definition)

- Werden Angebot und Nachfrage durch den Preismechanismus aufeinander abgestimmt und die Orte ihrer Verwendung gelenkt, spricht man vom Markt.
- ist das Aufeinandertreffen von Angebot und Nachfrage und Entstehung des Preises und dem wirklich realen Absatzes.



Begriffe

Produktionsfaktoren

Arbeit

- bewusste, planmäßige Entfaltung von körperlichen und geistigen Energien der Menschen
- die menschliche Leistung
- sie ist auf Einkommenserzielung für die Bedarfsdeckung gerichtet
- originärer (ursprünglicher) Produktionsfaktor

Boden

- alle Naturkräfte, die zur Produktion von Gütern und für die Bedarfsdeckung der Menschen benötigt werden
- neben Grundstücken zählen Windenergie, Sonnenenergie, Wasser, ... dazu
- meistens ein originärer Produktionsfaktor, außer z.B. Ackerland bzw. generell Land, Boden an sich & Grundstücke

Kapital

- derivativer (abgeleiteter) Produktionsfaktor von Boden und Arbeit
- entsteht mit Hilfe von Boden und Arbeit bzw. ist das „erwirtschaftete Resultat“



Begriffe

Der einfache Wirtschaftskreislauf



Begriffe

Der einfache Wirtschaftskreislauf kann nur unter folgenden Prämissen funktionieren:

- die Volkswirtschaft bestünde nur aus 2 Wirtschaftssubjekten
- Kreditinstitute, Staat und das Ausland fehlen
- beide Subjekte stehen in einem ständigem Tauschverkehr miteinander
- gesamtes Einkommen der Haushalte wird ausgegeben
- keine Investitionsmöglichkeiten, da Kreditinstitute und Staat fehlen
- kein Verschleiß von Produktionsmitteln
- keine Ex- und Importe, da das Ausland fehlt
- sämtliche Güter und Dienstleistungen würden in den inländischen Unternehmen hergestellt werden
- Haushalte wären die alleinigen Besitzer der Produktionsfaktoren Boden, Arbeit und Kapital

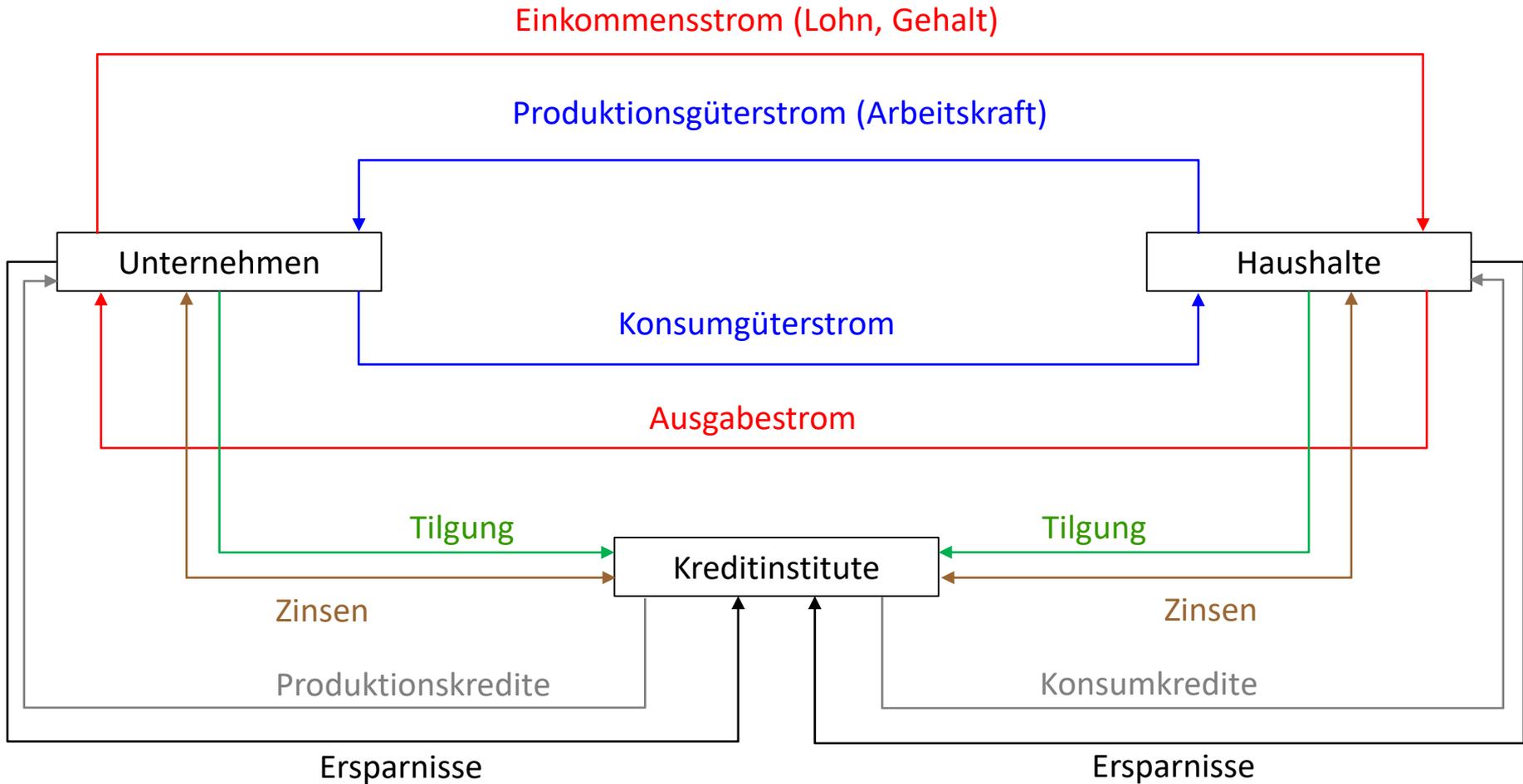
→ Einkommen (Y) = Konsum (C)

→ $Y = C$



Begriffe

Der erweiterte Wirtschaftskreislauf I



Begriffe

Haushalte

$$\rightarrow \text{Einkommen (Y) = Konsum (C) + Sparen (S)}$$

$$\rightarrow Y = C + S$$

→ Einkommensverwendungsgleichung

Unternehmen

$$\rightarrow \text{Einkommen (Y) = Konsum der Haushalte (C) + Investition (I)}$$

$$\rightarrow Y = C + I$$

→ Einkommensentstehungsgleichung

$$\rightarrow C + I = C + S \quad \rightarrow I = S$$

Idealfall, der unterstellt, dass alle Haushalte die selbe Menge sparen, die die Unternehmen kreditweise für Investitionen benötigen

- ex-post (Betrachtung danach) feststellbar, ob die Menge der Investitionen auch wirklich der Menge des Sparens entspricht
- nie ex-ante (im Voraus) feststellbar

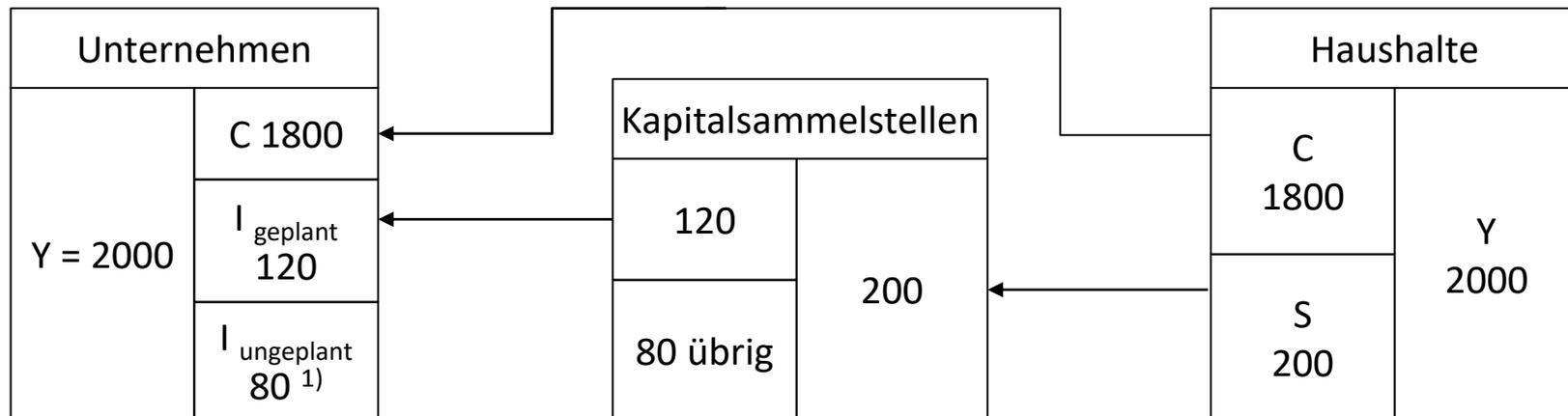
$$I_{\text{geplant}} + I_{\text{ungeplant}} = S_{\text{freiwillig}} + S_{\text{unfreiwillig}}$$

wenn z.B. etwas zufällig übrig bleibt, wie Gut woanders preiswerter gekauft

Begriffe

Beispiel

- Haushalten sind durch Produktion in einem bestimmten Zeitraum 2000 GE zugeflossen
- sie sparen davon 10% und geben den Rest für Konsum aus
- die Unternehmen haben für 120 GE Investitionen geplant



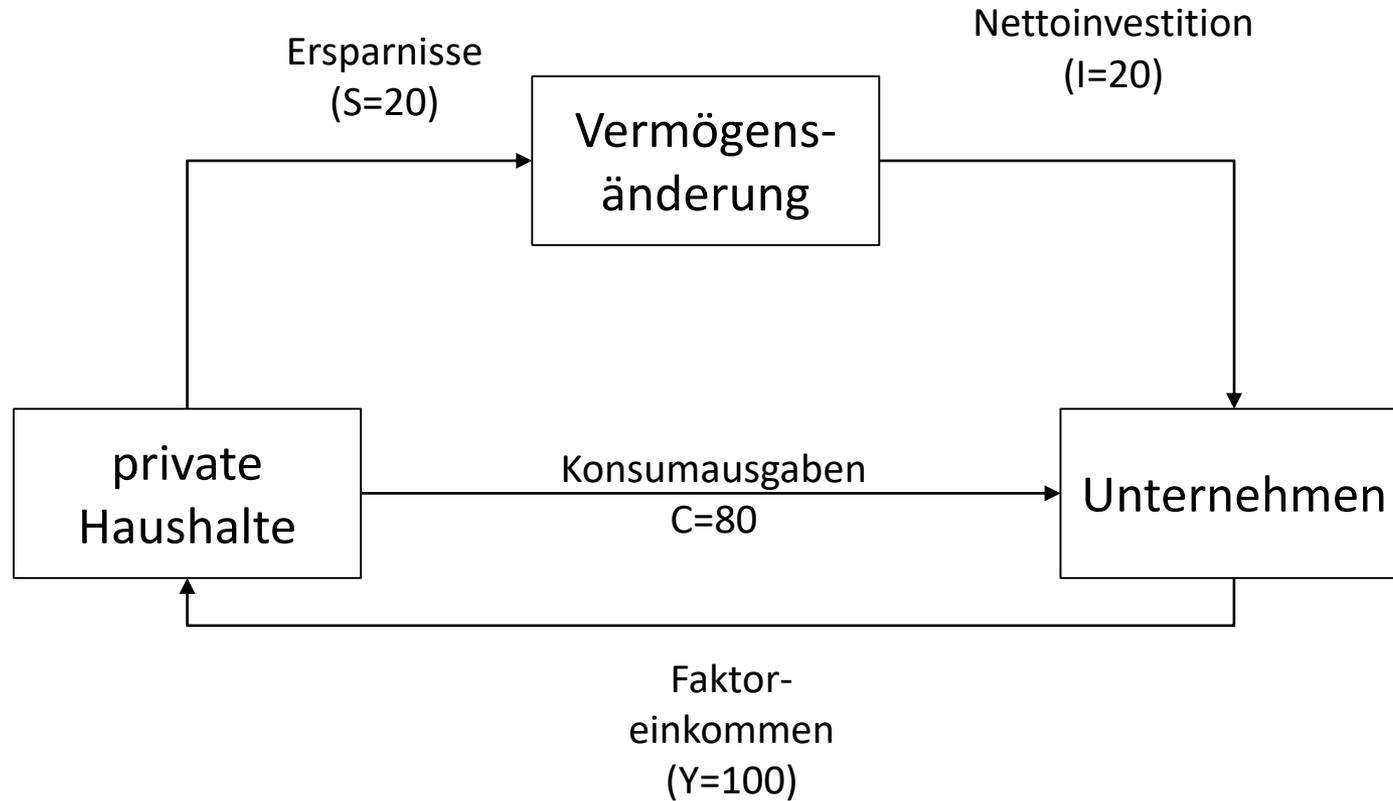
¹⁾ als mögliche Investition; kann bei Nichtnutzung auch den Haushalten zugeführt werden



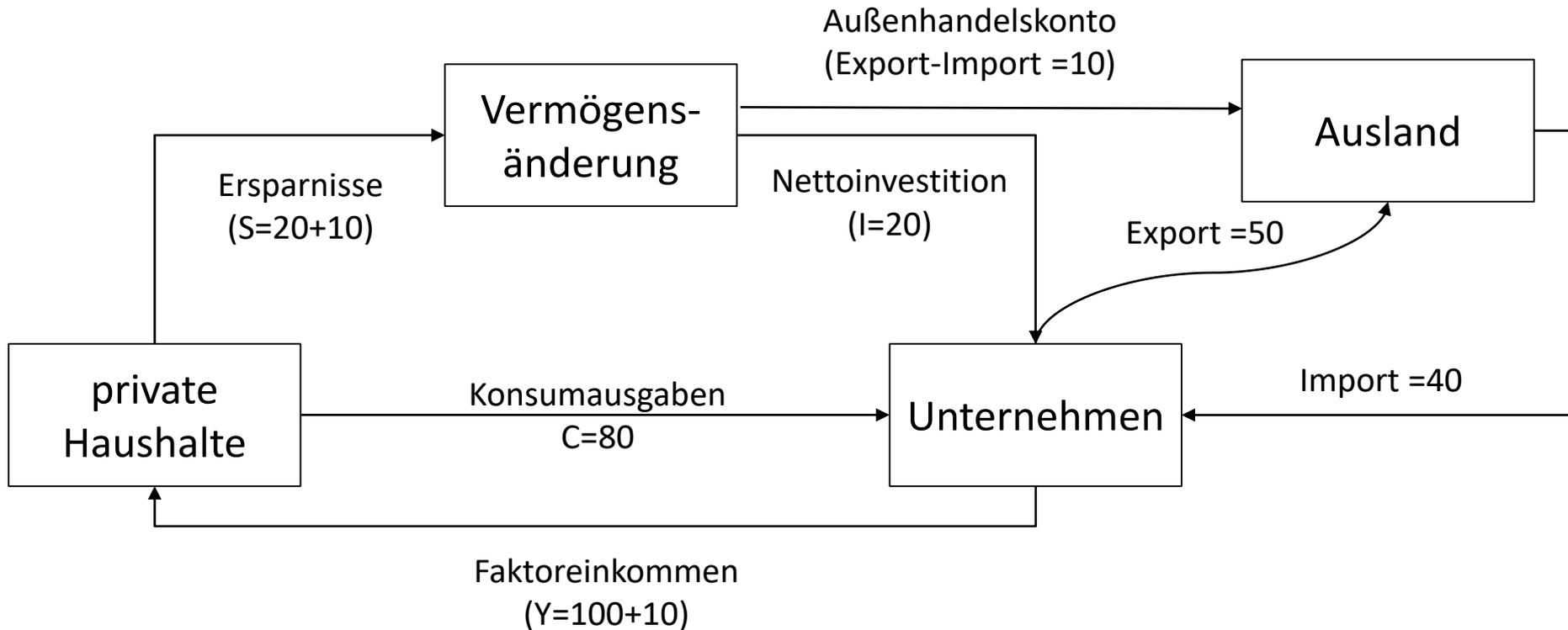
10 volkswirtschaftliche Regeln

Wie Menschen Entscheidungen treffen	Nr. 1:	Alle Menschen stehen vor abzuwägenden Alternativen.
	Nr. 2:	Die Kosten eines Guts bestehen aus dem, was man für den Erwerb eines Guts aufgibt.
	Nr. 3:	Rational entscheidende Leute denken in Grenzbegriffen.
	Nr. 4:	Die Menschen reagieren auf Anreize.
Wie Menschen zusammenwirken	Nr. 5:	Durch Handel kann es jedem besser gehen.
	Nr. 6:	Märkte sind gewöhnlich gut für die Organisation des Wirtschaftslebens.
	Nr. 7:	Regierungen können manchmal die Marktergebnisse verbessern.
Wie die Volkswirtschaft insgesamt funktioniert	Nr. 8:	Der Lebensstandard eines Landes hängt von der Fähigkeit ab, Waren und Dienstleistungen herzustellen.
	Nr. 9:	Die Preise steigen, wenn zu viel Geld in Umlauf gesetzt wird.
	Nr. 10:	Die Gesellschaft hat kurzfristig zwischen Inflation und Arbeitslosigkeit zu wählen.

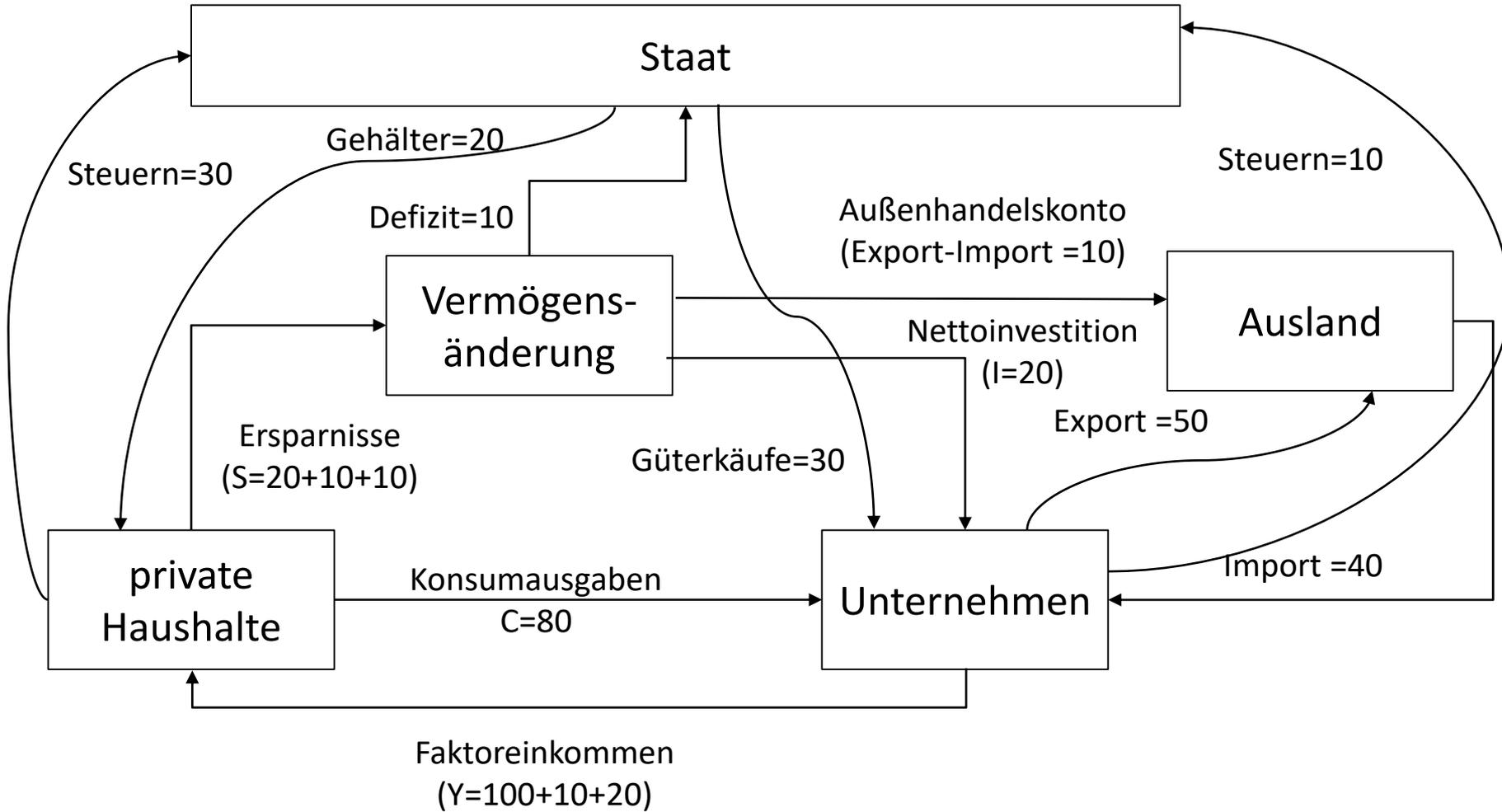
Einfacher Wirtschaftskreislauf



Wirtschaftskreislauf mit Aussenhandel

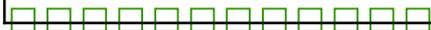


Wirtschaftskreislauf mit Staat



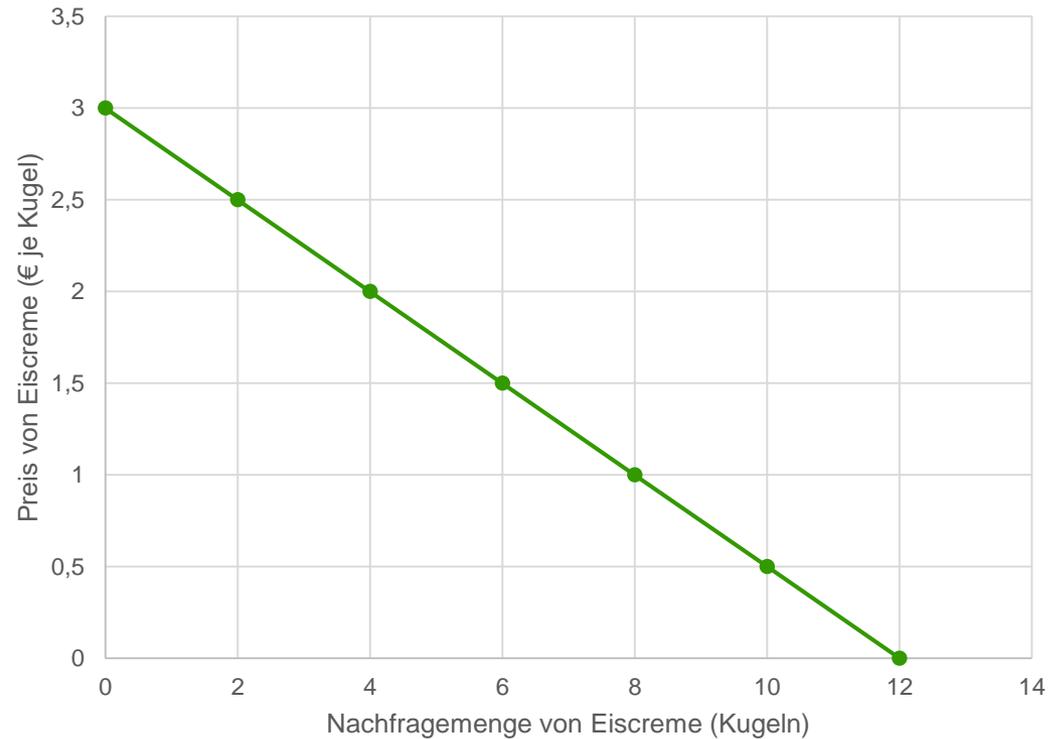
Entstehung		Verteilung	
+ Summe Bruttoproduktionswerte (Menge*Marktpreis) - Vorleistungen			
<u>= Wertschöpfung aller Bereiche (Nettoproduktionswerte)</u>	<u>= Bruttowertschöpfung</u> + Einfuhrabgaben		
	<u>= Bruttoinlandsprodukt zu Marktpreisen</u> - an das Ausland gezahlte Einkommen + aus dem Ausland empfangene Einkommen		
	<u>= Bruttosozialprodukt zu Marktpreisen</u> - Abschreibungen		
	<u>= Nettosozialprodukt zu Marktpreisen</u> - indirekte Steuern + Subventionen	+ Erwerbseinkommen + Vermögenseinkommen	
	<u>= Nettosozialprodukt zu Faktorkosten</u>	<u>= Volkseinkommen</u> - Anteil des Staates/der Unternehmen am Bruttoeinkommen aus Unternehmenstätigkeit und Vermögen	
		<u>= Erwerbs- und Vermögenseinkommen der Haushalte</u> + Unterstützungseinkommen	
		<u>= Bruttoeinkommen der Haushalte</u> - direkte Steuern - -Beiträge zur Sozialversicherung	
		<u>= verfügbares Einkommen der Haushalte</u>	

Verwendung
 + privater Verbrauch
 + Staatsverbrauch
 + Bruttoinvestition
 + Außenbeitrag
 = Bruttosozialprodukt



Nachfrage

Preis von Eiscreme	Nachfragemenge von Eiscreme (Kugeln)
0,00	12
0,50	10
1,00	8
1,50	6
2,00	4
2,50	2
3,00	0

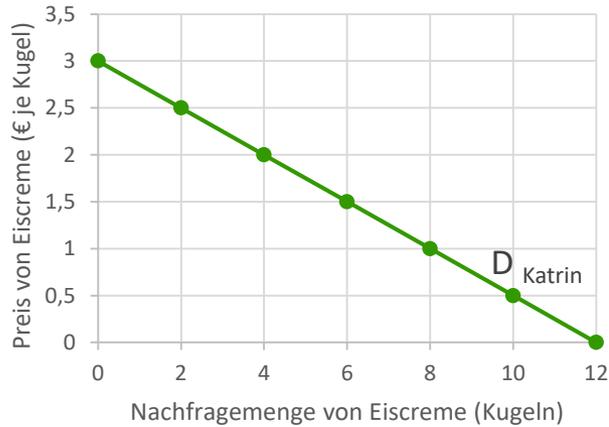


1. Ein Preisrückgang ...
2. ... erhöht die Nachfrage nach Eiscreme

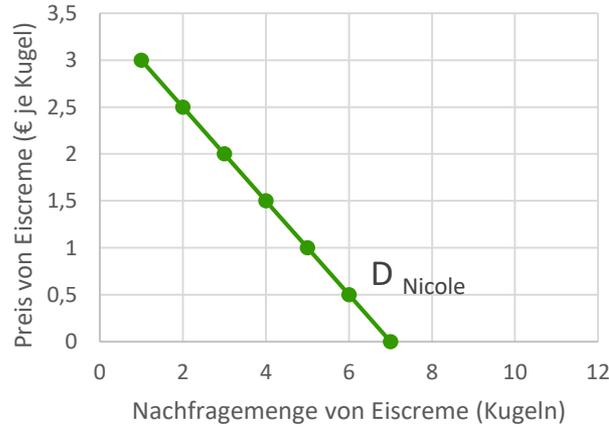
Nachfrage

Preis von Eiscreme (€ je Kugel)	Nachfragemenge (Kugeln)		
	Katrin	Nicole	Markt
0,00	12	7	19
0,50	10	6	16
1,00	8	5	13
1,50	6	4	10
2,00	4	3	7
2,50	2	2	4
3,00	0	1	1

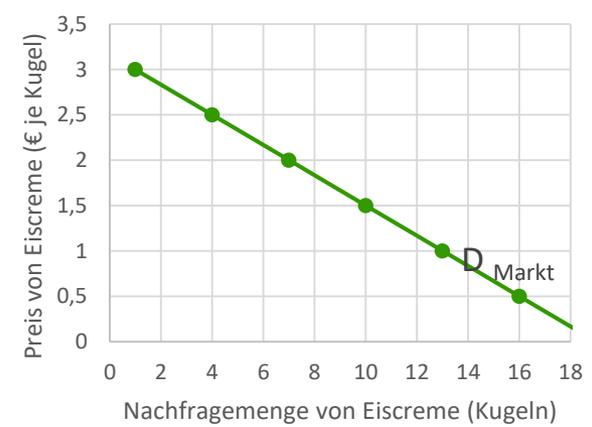
Katrins Nachfrage



Nicoles Nachfrage



Marktnachfrage



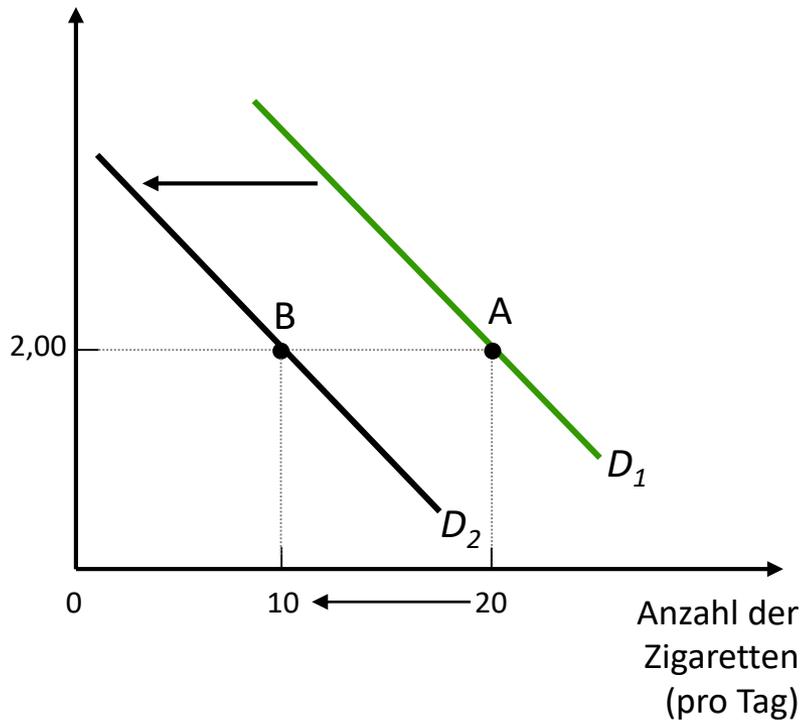
Nachfrage

Variablen mit Einfluss auf die Nachfragemenge	Eine Veränderung dieser Variablen ...
Preis	ergibt eine Bewegung auf der Nachfragekurve
Einkommen	verschiebt die Nachfragekurve
Preis verwandter Güter	verschiebt die Nachfragekurve
Vorlieben, Geschmack	verschiebt die Nachfragekurve
Erwartungen	verschiebt die Nachfragekurve
Anzahl der Käufer	verschiebt die Nachfragekurve

Nachfrage

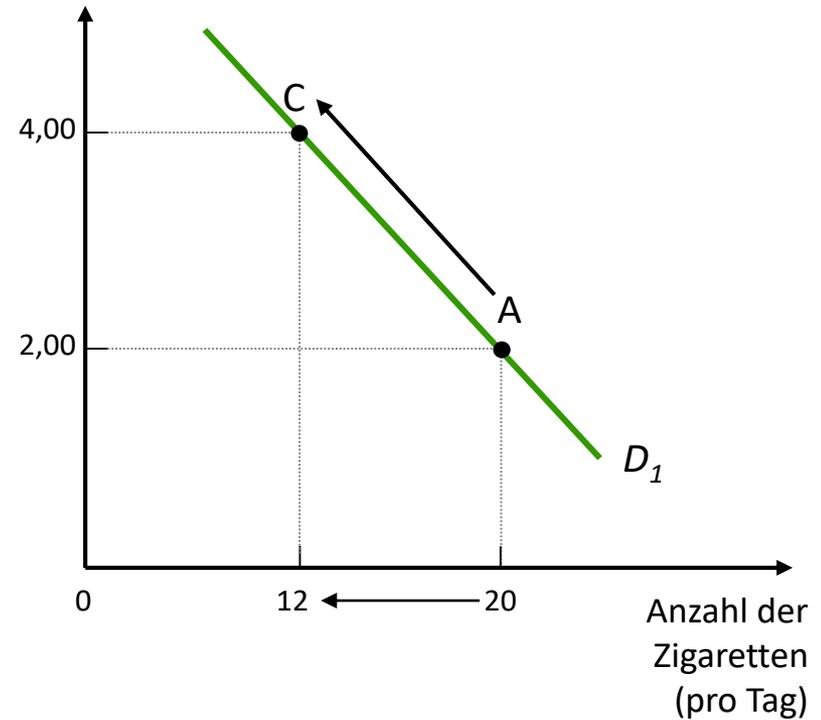
a) Verschiebung der Nachfragekurve aufgrund entmutigender Propaganda gegen das Rauchen

Preis der Zigaretten
(€ je Schachtel)



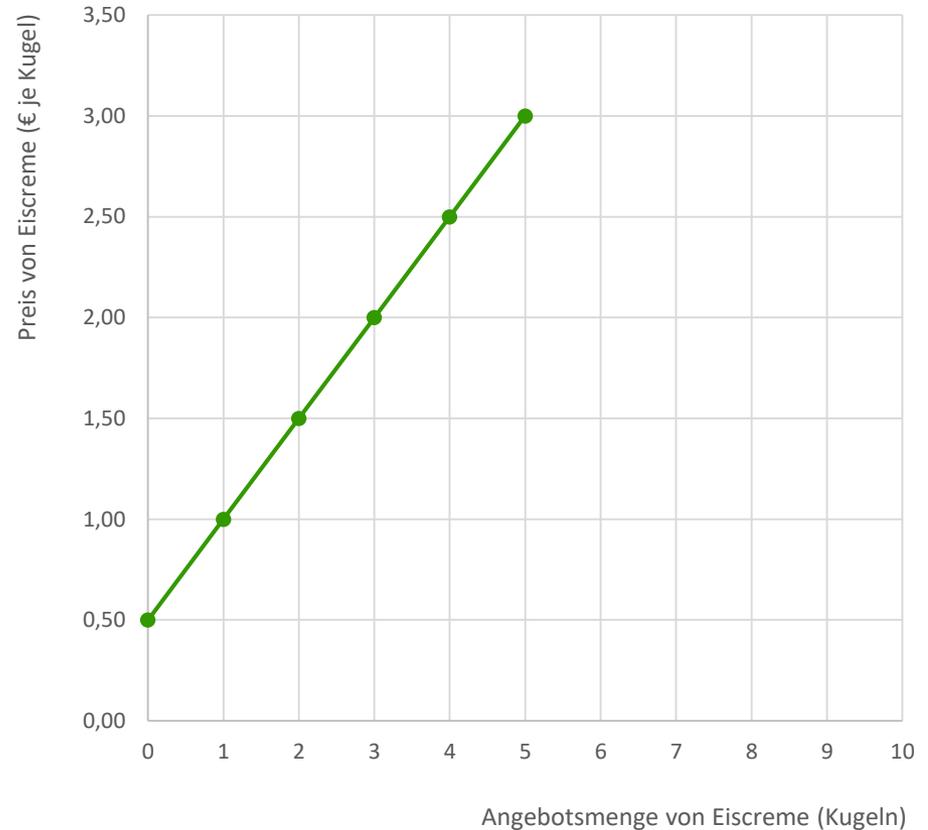
b) Bewegung auf der Nachfragekurve aufgrund steuerbedingter Preiserhöhung

Preis der Zigaretten
(€ je Schachtel)



Angebot

Preis von Eiscreme (€ je Kugel)	Angebotsmenge von Eiscreme (Kugeln)
0,00	0
0,50	0
1,00	1
1,50	2
2,00	3
2,50	4
3,00	5



1. Ein Preisanstieg ...
2. ... erhöht das Angebot an Eiscreme

Angebot

Preis von Eiscreme (€ je Kugel)	Angebot Mario (Kugeln)		Angebot Klaus (Kugeln)		Marktangebot (Kugeln)
0,00	0	+	0	=	0
0,50	0		0		0
1,00	1		0		1
1,50	2		2		4
2,00	3		4		7
2,50	4		6		10
3,00	5		8		13

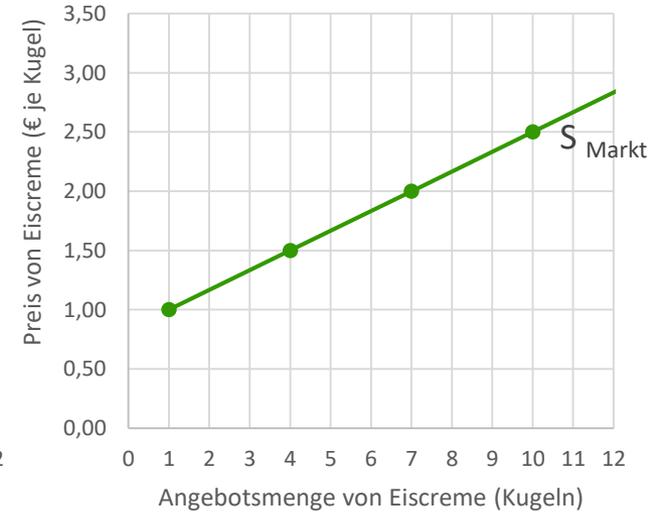
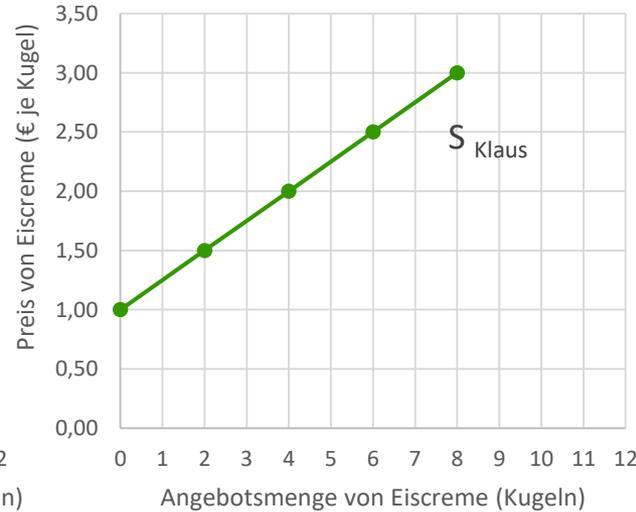
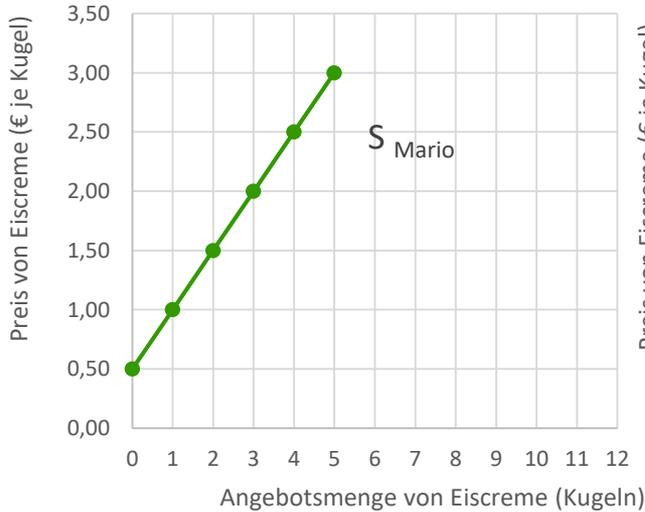
Marios Angebot



Klaus' Angebot



Marktangebot

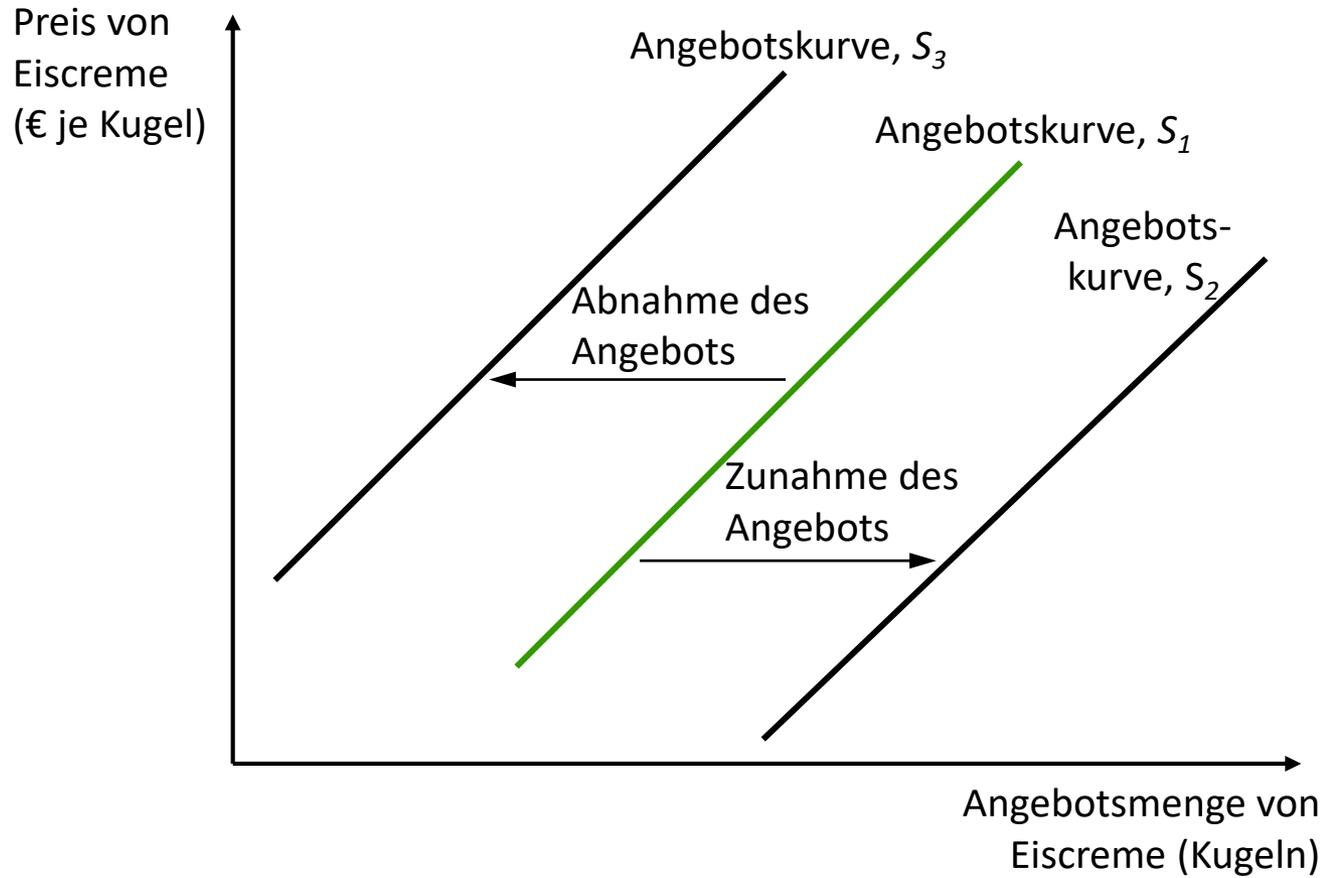


office@orgatech.at

www.orgatech.at

Ing. Wolfgang Oberchristl, MBA, Seite 32

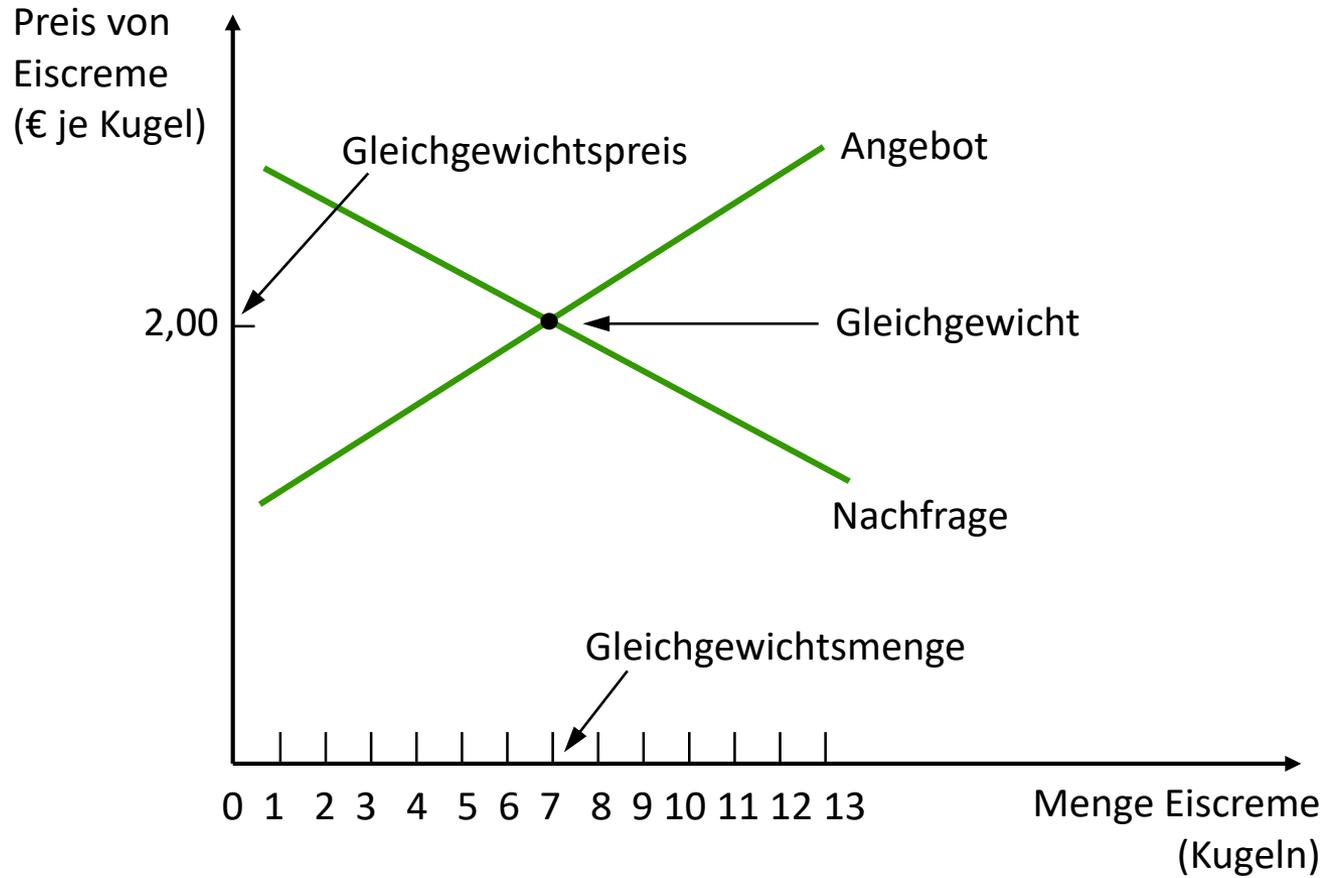
Angebot



Angebot

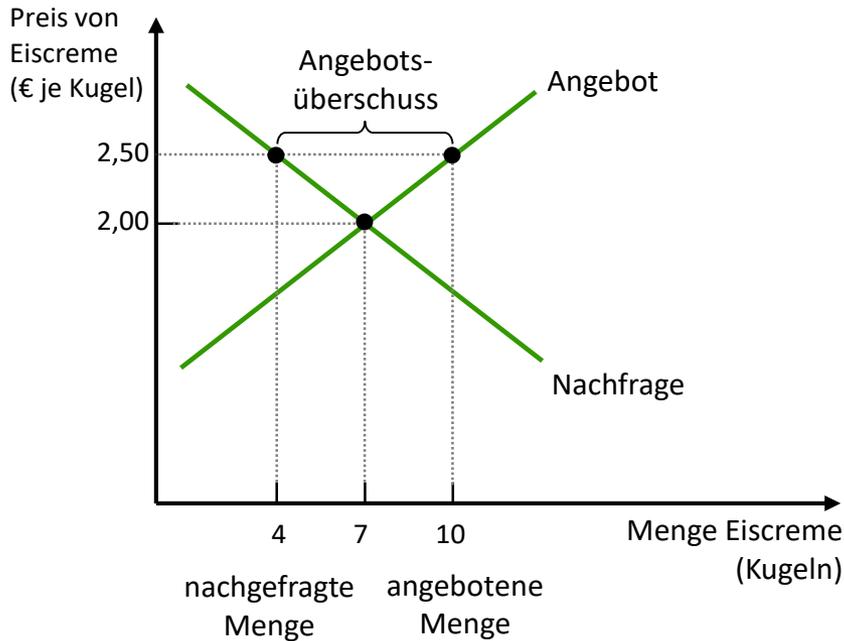
Variablen mit Einfluss auf die Angebotsmenge	Eine Veränderung dieser Variablen ...
Preis	ergibt eine Bewegung auf der Angebotskurve
Input- oder Einkaufspreise	verschiebt die Angebotskurve
Technologie (Fortschritt)	verschiebt die Angebotskurve
Erwartungen	verschiebt die Angebotskurve
Anzahl der Anbieter	verschiebt die Angebotskurve

Angebot und Nachfrage

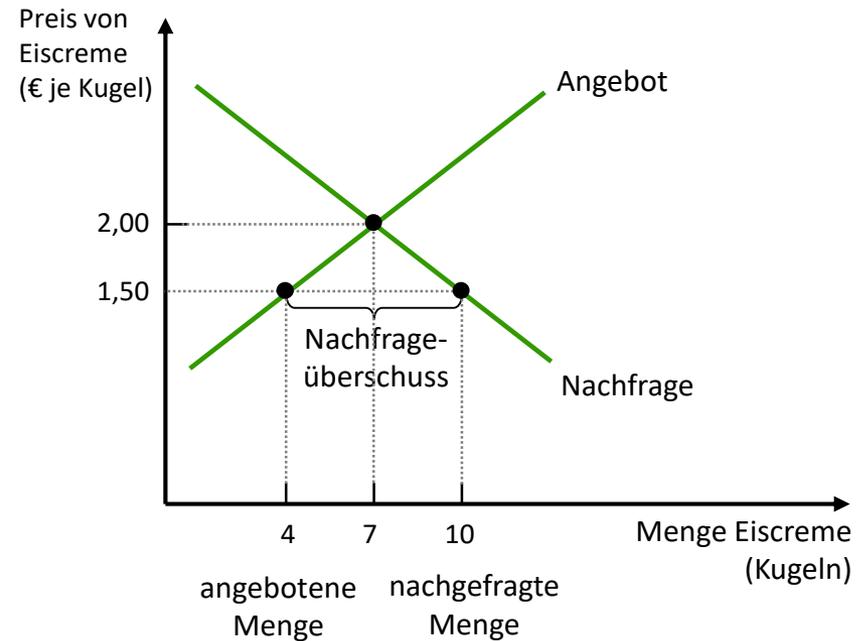


Angebot und Nachfrage

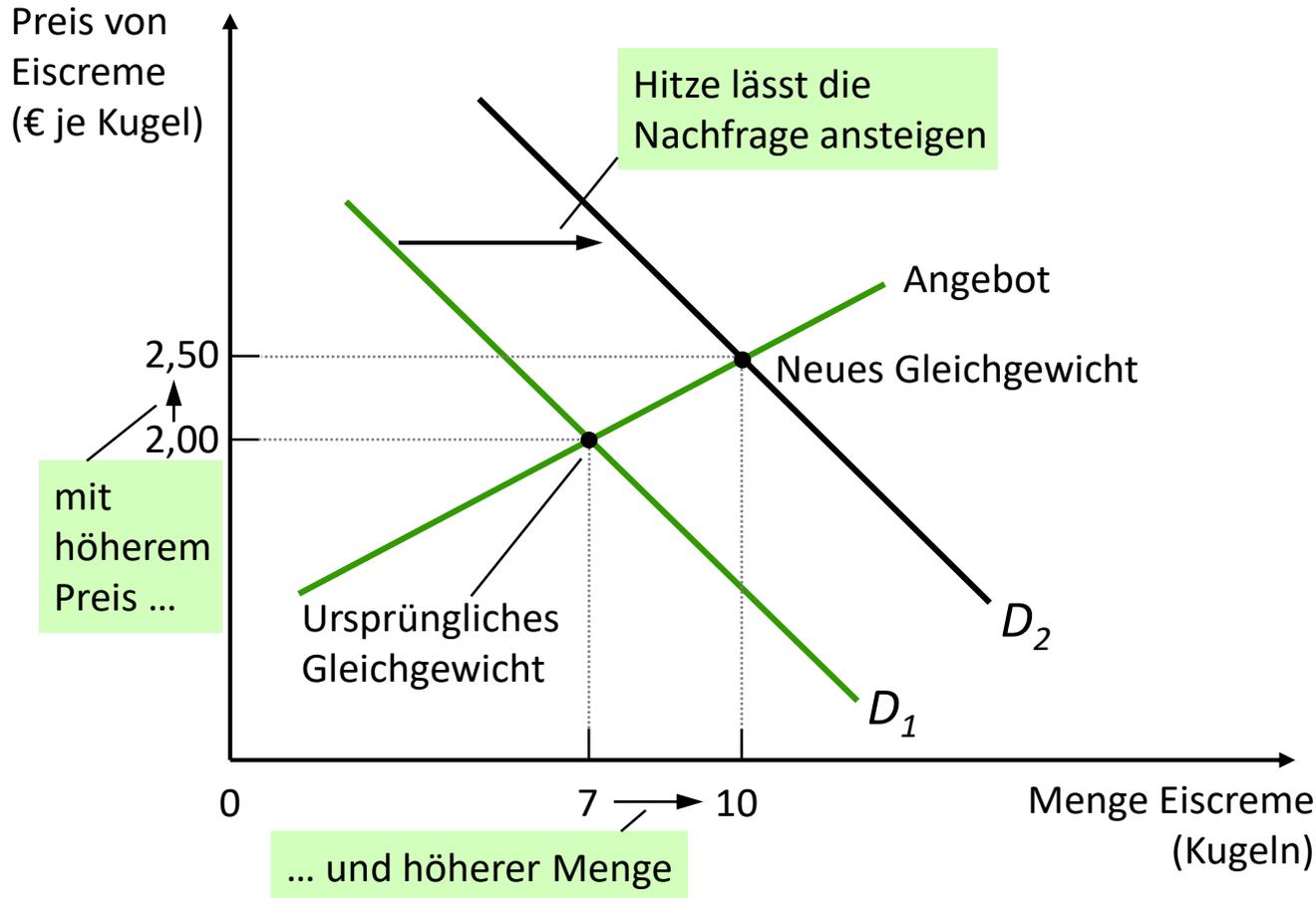
a) Angebotsüberschuss



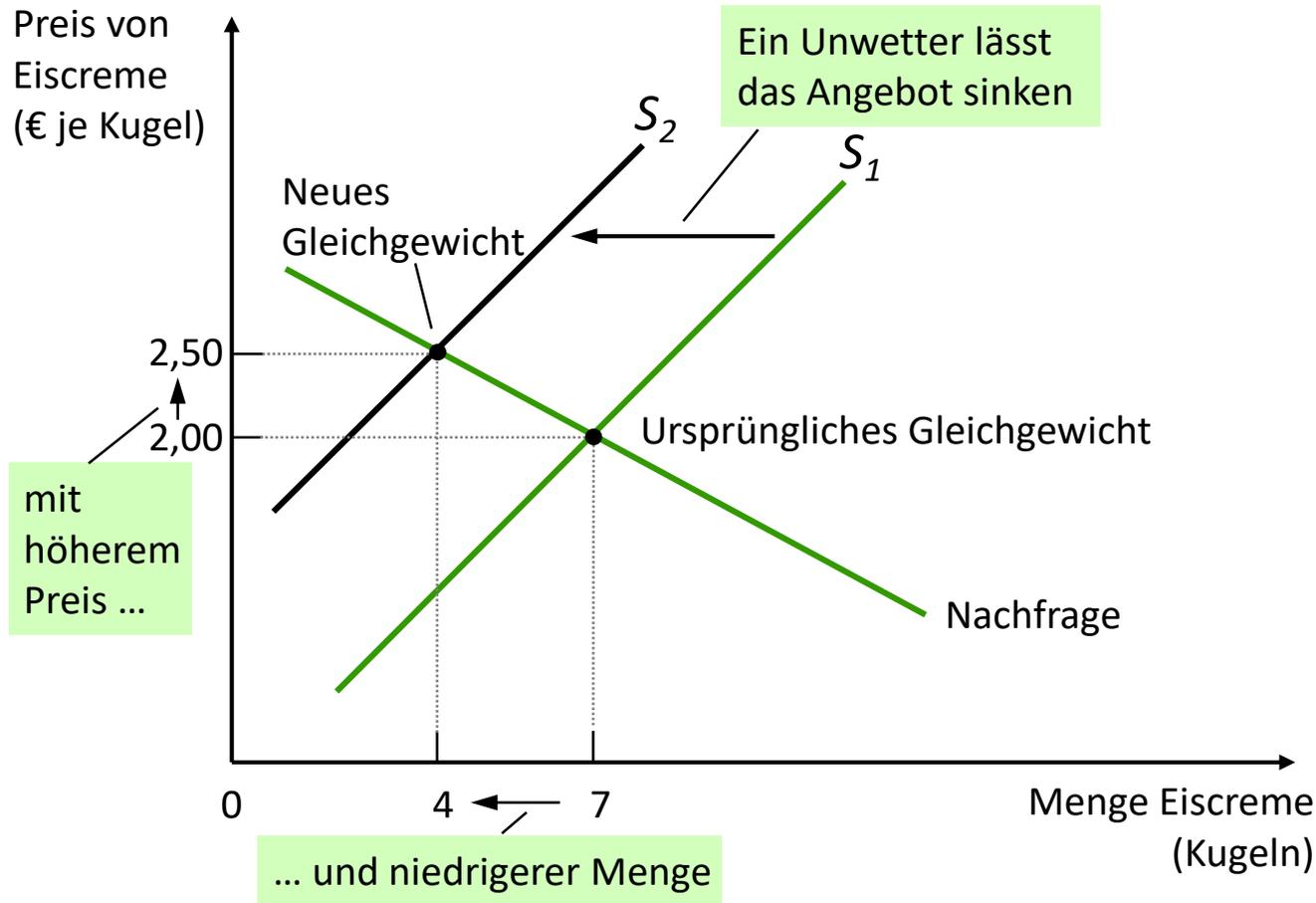
b) Nachfrageüberschuss



Angebot und Nachfrage

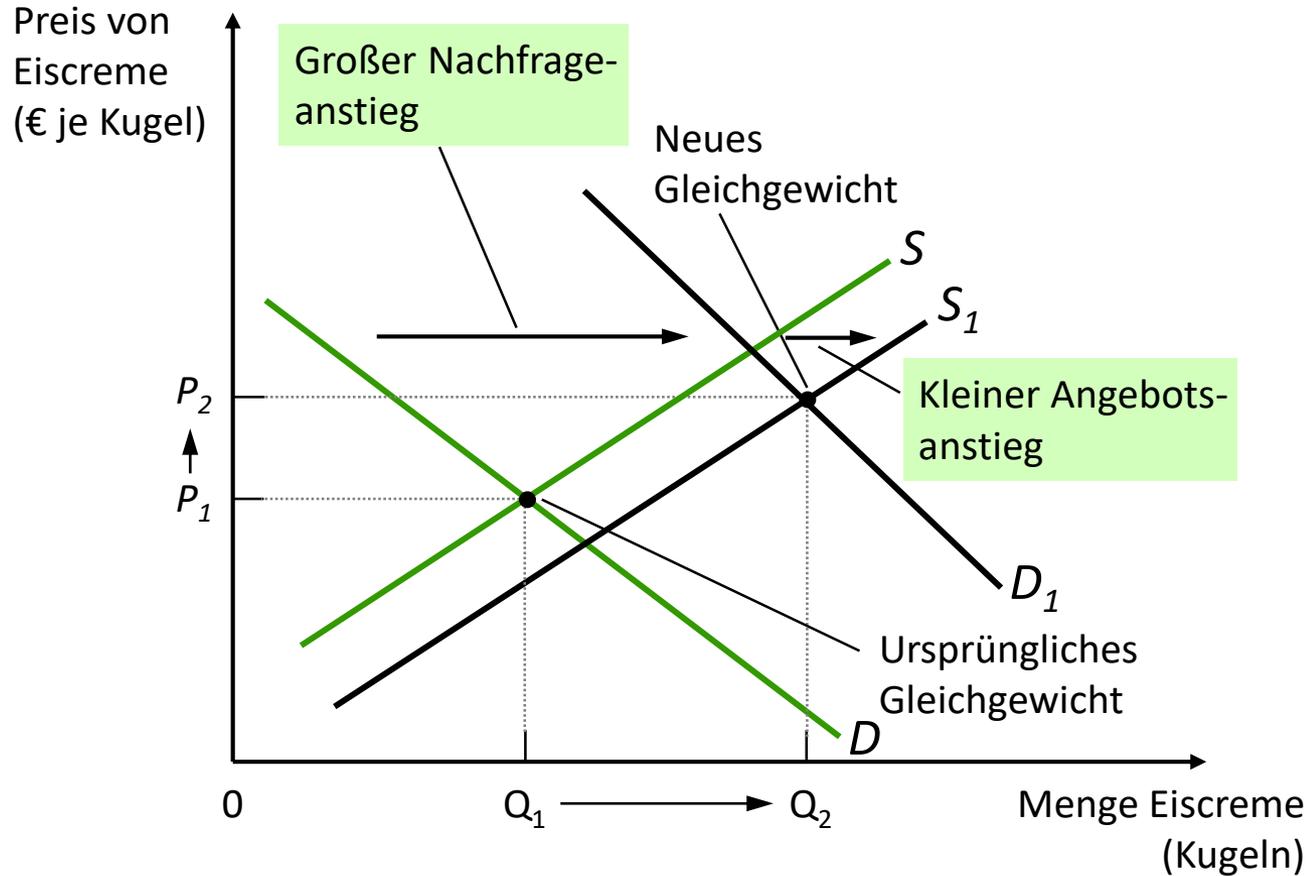


Angebot und Nachfrage



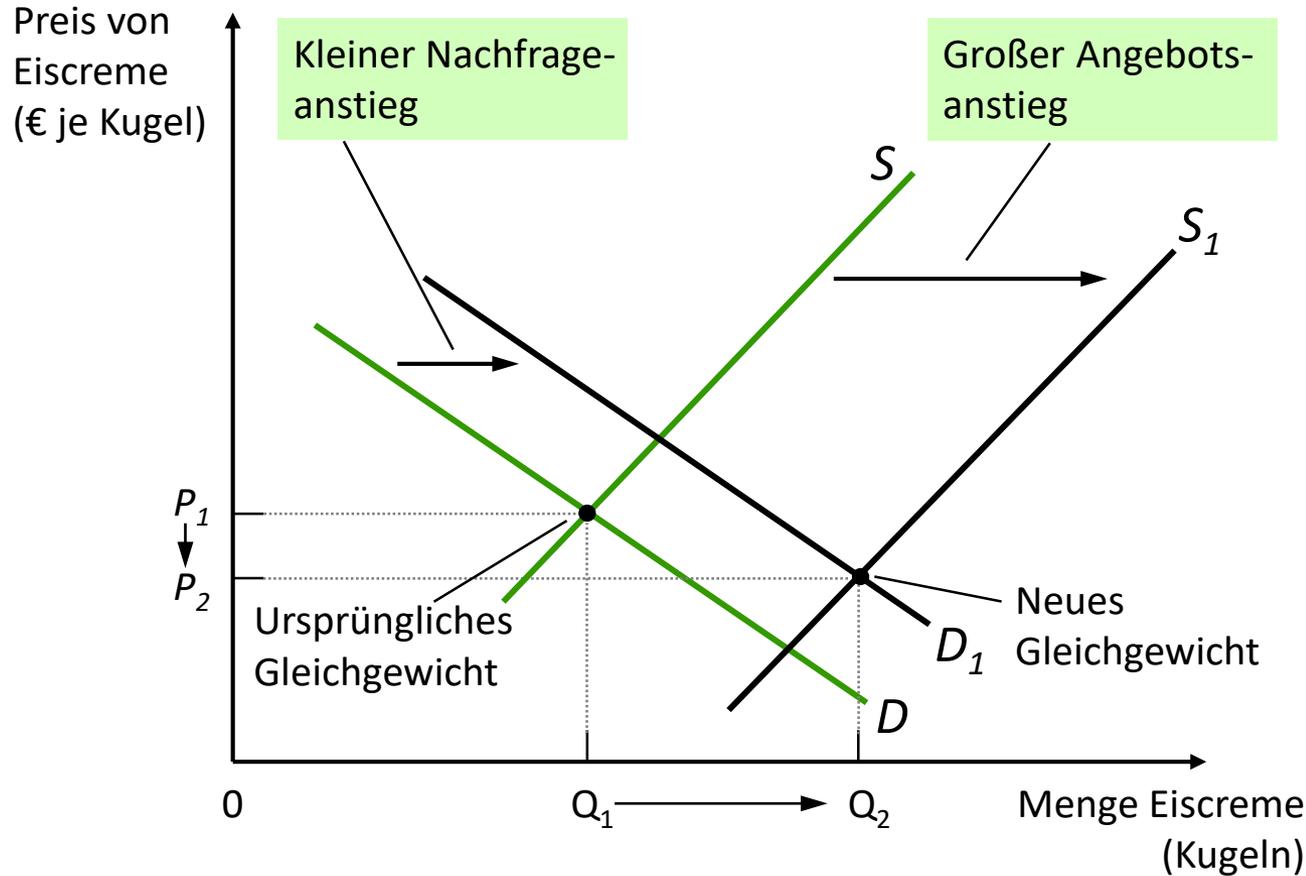
Angebot und Nachfrage

a) Preisanstieg, Mengenanstieg



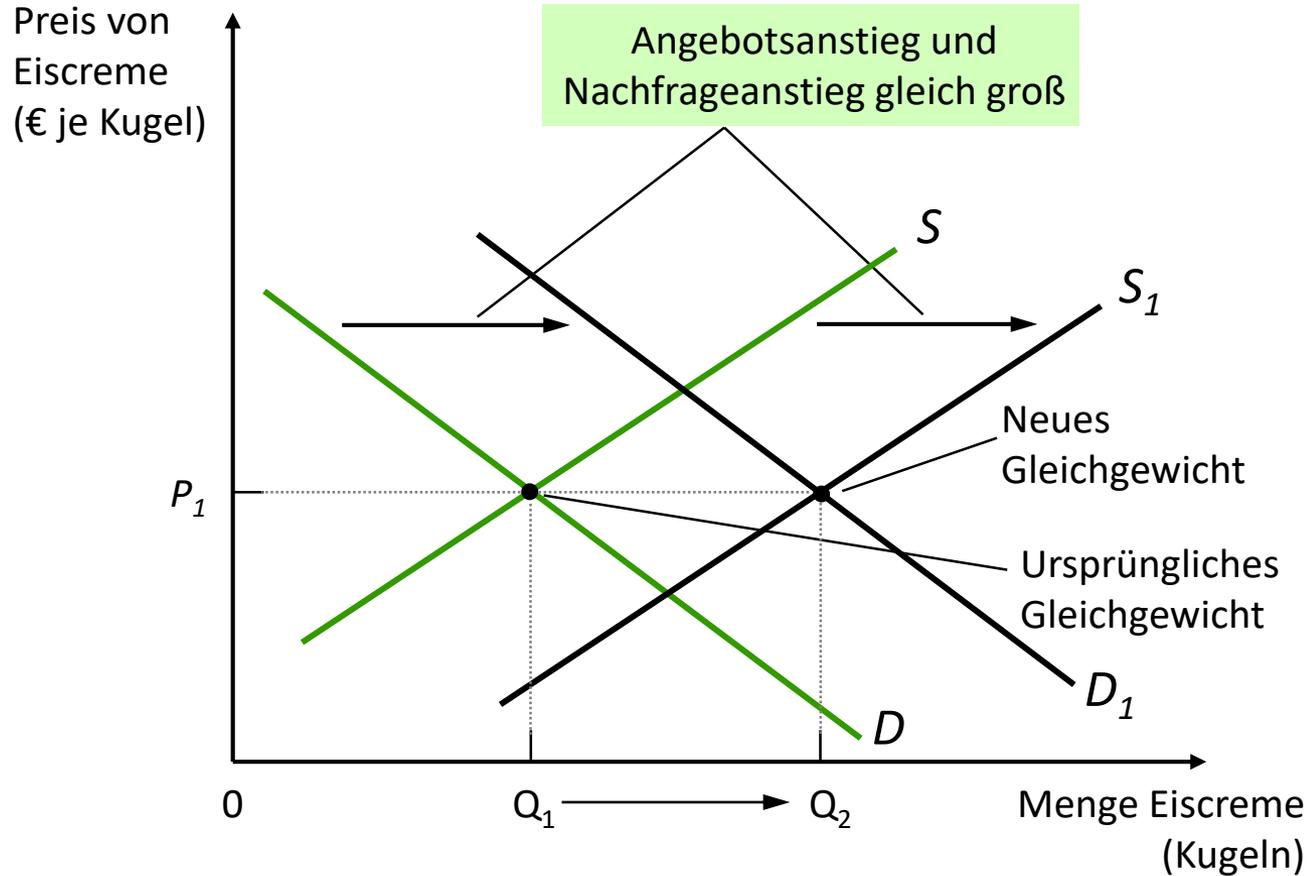
Angebot und Nachfrage

b) Preisrückgang, Mengenanstieg



Angebot und Nachfrage

c) Unveränderter Preis, Mengenanstieg



Angebot und Nachfrage

	Keine Angebotsänderung	Angebotsanstieg	Angebotsrückgang
Keine Nachfrageänderung	Menge unverändert Preis unverändert	Menge steigt Preis sinkt	Menge sinkt Preis steigt
Nachfrageanstieg	Menge steigt Preis steigt	Menge steigt Preis nicht eindeutig	Menge nicht eindeutig Preis steigt
Nachfragerückgang	Menge sinkt Preis sinkt	Menge nicht eindeutig Preis sinkt	Menge sinkt Preis nicht eindeutig

Angebot und Nachfrage – Zusammenfassung (1)

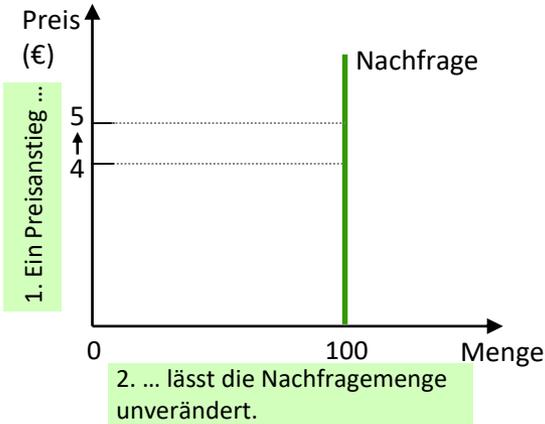
- Ökonomen verwenden das Modell von Angebot und Nachfrage, um Konkurrenzmärkte zu untersuchen. Auf einem Wettbewerbs- oder Konkurrenzmarkt gibt es viele Anbieter und Nachfrager, die als Einzelne keinen oder fast keinen Einfluss auf den Marktpreis haben.
- Die Nachfragekurve zeigt, wie die Nachfragemenge eines Guts vom Preis des Guts anhängt. Nach dem Gesetz der Nachfrage nimmt die nachgefragte Menge bei sinkendem Preis zu. Die Nachfragekurve hat deshalb eine negative Steigung.
- Andere Einflussgrößen der Nachfrage neben dem Preis sind die Einkommen, die Bedürfnisse und Vorlieben, die Anzahl der Käufer sowie die Erwartungen der Haushalte und ferner die Preise der substitutiven und komplementären Güter. Wenn sich eine dieser anderen Einflussgrößen verändert, kommt es zu einer Verschiebung der Nachfragekurve.
- Die Angebotskurve zeigt, wie die Angebotsmenge eines Guts vom Preis des Guts abhängt. Nach dem Gesetz des Angebots nimmt die angebotene Menge bei steigendem Preis zu. Die Angebotskurve hat deshalb eine positive Steigung.
- Andere Einflussgrößen des Angebots neben dem Preis sind Input- oder Einkaufspreise, Technologie, die Anzahl der Verkäufer und Erwartungen. Wenn sich eine dieser anderen Einflussgrößen verändert, kommt es zu einer Verschiebung der Angebotskurve.
- Der Schnittpunkt von Angebots- und Nachfragekurve bestimmt das Marktgleichgewicht. Zum Gleichgewichtspreis stimmt die nachgefragte Menge mit der angebotenen Gütermenge überein.

Angebot und Nachfrage – Zusammenfassung (2)

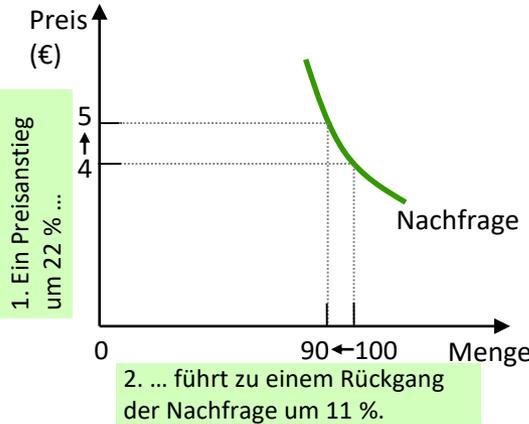
- Das Verhalten von Käufern und Verkäufern treibt Märkte auf natürliche Weise zu ihrem Gleichgewicht. Wenn der Marktpreis über dem Gleichgewichtspreis liegt, folgt daraus ein Angebotsüberschuss, der einen Rückgang des Marktpreises auslöst. Wenn der Marktpreis unter dem Gleichgewichtspreis liegt, folgt daraus ein Nachfrageüberschuss, der zu einem Anstieg des Marktpreises führt.
- Wir benutzen das Angebots-Nachfrage-Diagramm, um die Auswirkungen bestimmter Ereignisse auf Gleichgewichtspreis und Gleichgewichtsmenge zu untersuchen. Dabei gehen wir nacheinander in drei Schritten vor. Zuerst klären wir, ob das Ereignis die Angebotskurve oder die Nachfragekurve (oder beide Kurven) verschiebt. Zum Zweiten bestimmen wir die Richtung der Verschiebung. Zum Dritten vergleichen wir das neue Gleichgewicht mit dem alten Marktgleichgewicht.
- In Marktwirtschaften bilden Preise die Signale für alle Entscheidungen sowie die Zuteilung knapper Ressourcen. Bei jeder Güterart der Volkswirtschaft gewährleistet der bewegliche Marktpreis, dass Angebot und Nachfrage zur Übereinstimmung kommen. Der Gleichgewichtspreis bestimmt einerseits die produzierte und angebotene Gütermenge der Unternehmer und andererseits die nachgefragte und konsumierte Gütermenge der Haushalte.

Elastizität der Nachfrage

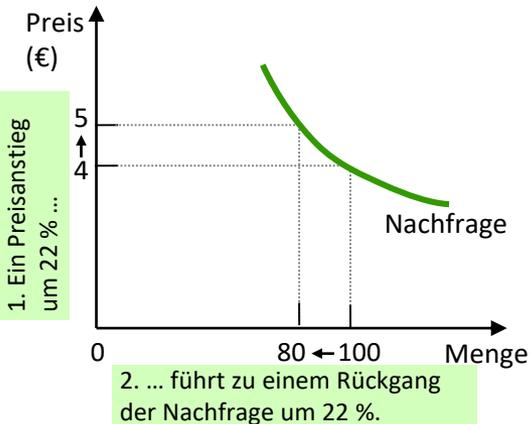
a) Vollkommen unelastische Nachfrage (Preiselastizität = 0)



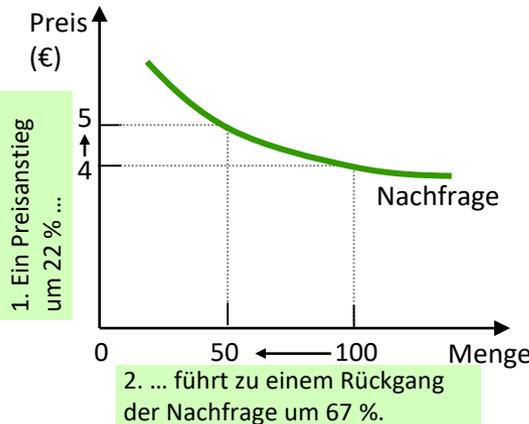
b) Unelastische Nachfrage (Preiselastizität < 1)



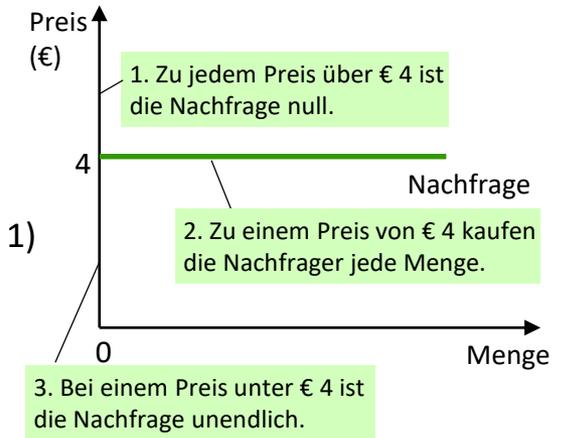
c) Einheitselastizität (Preiselastizität = 1)



d) Elastische Nachfrage (Preiselastizität > 1)



e) Vollkommen elastische Nachfrage (Preiselastizität $\rightarrow \infty$)



Beispiel Preiselastizität

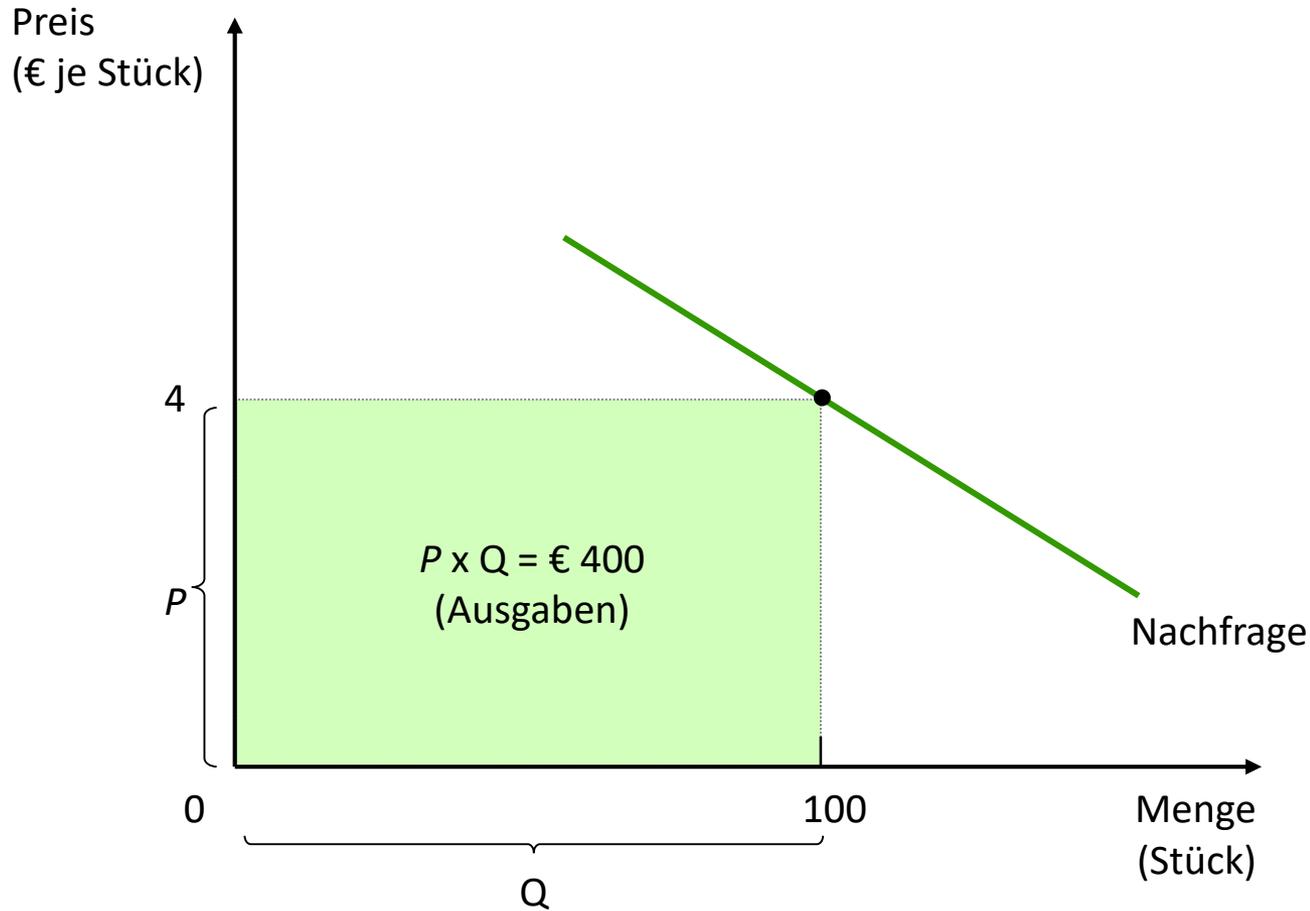
Zwei Produkte werden bisher zum Preis von 7€ verkauft. Der Preis soll auf 8€ erhöht werden.
Die Marktanalyse ergibt Preiselastizitäten der Nachfrage:

Produkt 1		
Preis	Menge	Umsatz
€ 10	100	€ 1.000
€ 9	140	€ 1.260
€ 8	180	€ 1.440
€ 7	220	€ 1.540
€ 6	260	€ 1.560
Preis nicht auf € 8 erhöhen		

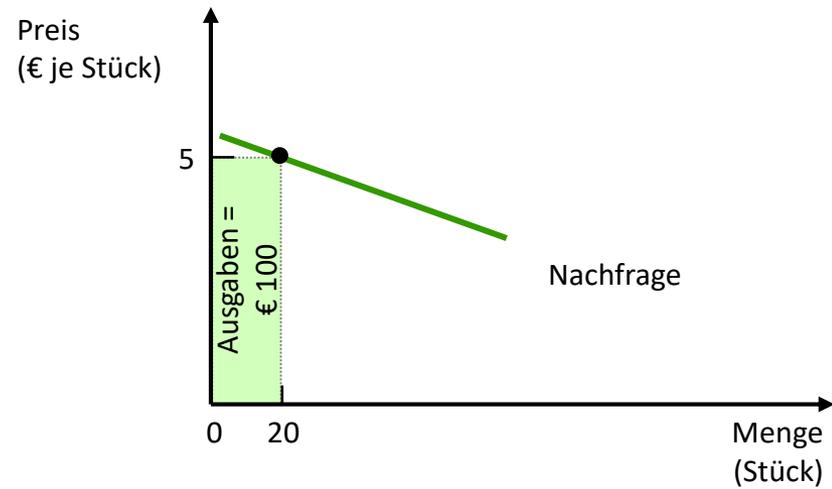
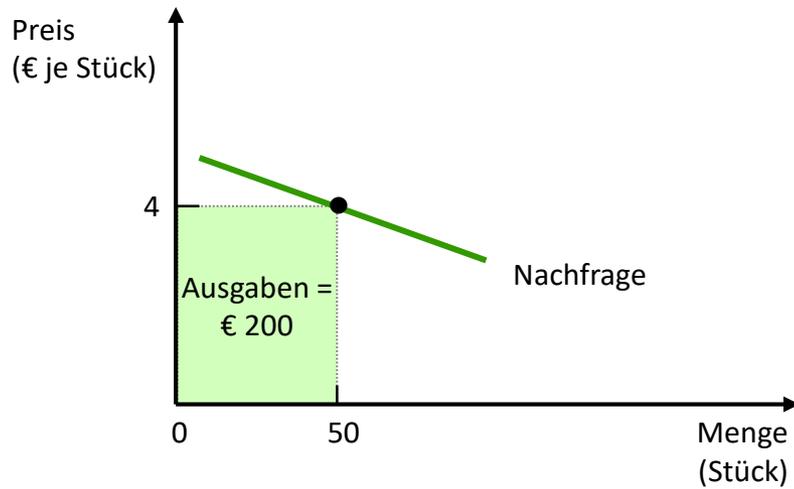
Produkt 2		
Preis	Menge	Umsatz
€ 10	100	€ 1.000
€ 9	110	€ 990
€ 8	120	€ 960
€ 7	130	€ 910
€ 6	140	€ 840
Preis auf € 8 erhöhen		

Preiselastizität = prozentuale Preissteigerung x prozentuale Mengenreduzierung

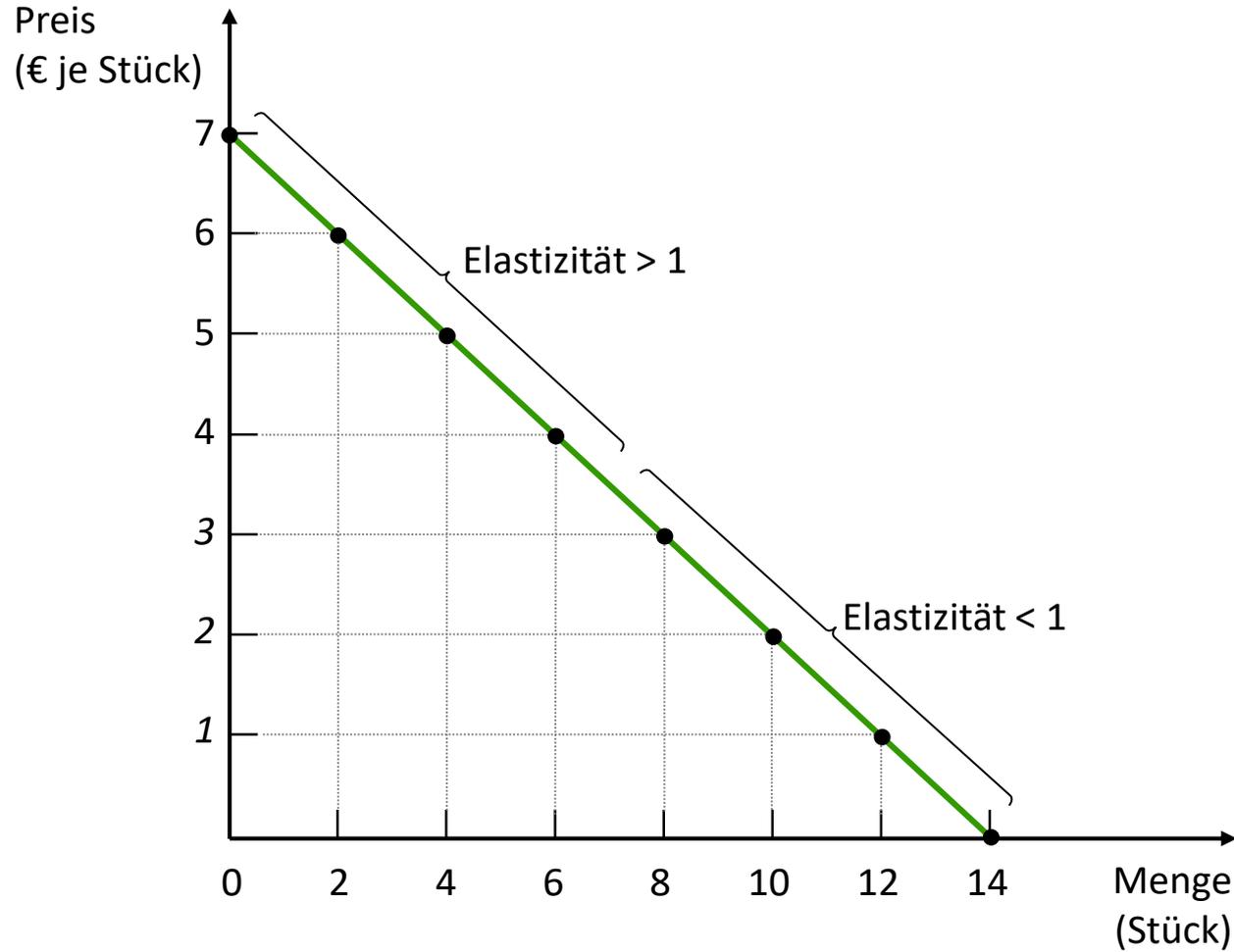
Elastizität



Elastizität



Elastizität



- Zusätzlich zur Preiselastizität der Nachfrage verwenden Ökonomen noch andere Elastizitätsmaße, um das Verhalten von Nachfragern zu beschreiben. Mit der *Einkommenselastizität der Nachfrage* werden Veränderungen der Konsumnachfrage bei Veränderungen des Einkommens der Konsumenten gemessen.
- Die Einkommenselastizität ist der Quotient aus prozentualer Nachfrageänderung und prozentualer Einkommensänderung:

$$\text{Einkommenselastizität der Nachfrage} = \frac{\text{Prozentsatz der Nachfrageänderung}}{\text{Prozentsatz der Einkommensänderung}}$$

- Die meisten Güter sind sogenannte *normale Güter*: höheres Einkommen führt zu größerer Nachfragemenge. Weil sich Nachfragemenge und Einkommen in dieselbe Richtung bewegen, haben normale Güter eine positive Einkommenselastizität.
- Einige wenige Güter, wie z.B. Busfahrten im Nahverkehr, sind *inferiore Güter*: Höheres Einkommen führt zu einer geringeren Nachfrage. Weil sich Nachfragemenge und Einkommen gegenläufig verändern, haben inferiore Güter eine negative Einkommenselastizität.
- Doch auch bei normalen Gütern variieren die Einkommenselastizitäten beträchtlich. Die lebensnotwendigen Güter, wie etwa Nahrungsmittel und Kleidung, haben relativ kleine Einkommenselastizitäten, da die Konsumenten – ohne Rücksicht auf die Einkommenshöhe – gewisse Mengen davon kaufen müssen. Luxusgüter, wie etwa Kaviar und Diamanten, weisen relativ große Einkommenselastizitäten auf. Die Konsumenten können bei niedrigem Einkommen notfalls ohne diese Güter auskommen.

- Die Kreuzpreiselastizität der Nachfrage misst, wie stark sich die Nachfrage nach einem Gut verändert, wenn der Preis eines anderen Guts variiert. Sie wird berechnet als Quotient aus der prozentualen Änderung der Nachfragemenge nach Gut Nr. 1 und der Preisänderung von Gut Nr. 2. Das bedeutet:

$$\text{Kreuzpreiselastizität der Nachfrage} = \frac{\text{prozentuale Mengenänderung von Gut Nr. 1}}{\text{prozentuale Preisänderung von Gut Nr. 2}}$$

- Ob die Kreuzpreiselastizität positiv oder negativ ist, hängt davon ab, ob es sich bei den beiden betrachteten Gütern um substitutive oder um komplementäre Güter handelt. Substitute sind Güter, die sich gegenseitig ersetzen können, wie beispielsweise Butter oder Margarine. Ein Preisanstieg bei Butter wird die Menschen dazu veranlassen, mehr Margarine zu kaufen. Da sich der Preis der Butter und die Nachfragemenge für Margarine in die gleiche Richtung verändern, ist die Kreuzpreiselastizität von substitutiven Gütern positiv. Komplementäre Güter werden dagegen gemeinsam konsumiert, wie beispielsweise Computer und Software. In diesem Fall ist die Kreuzpreiselastizität negativ, da ein Preisanstieg für Computer auch die Nachfrage nach Software senkt.
- Handelt es sich bei den beiden betrachteten Gütern um völlig unabhängige Mengenentscheidungen, so beträgt die Kreuzpreiselastizität null. Eine Kreuzpreiselastizität von null zwischen 2 Gütern dient oft auch als Indiz für die Abgrenzung zweier Märkte (vgl. Triffin-Koeffizient).

Die Preiselastizität des Angebots und ihre Bestimmungsgründe

- Das Gesetz des Angebots besagt, dass höhere Preise zu größeren Angebotsmengen führen. Die *Preiselastizität des Angebots* misst, wie die Angebotsmenge auf eine Preisänderung reagiert. Man bezeichnet das Angebot als *elastisch*, wenn Preisänderungen relativ große Mengenänderungen bewirken. Reagiert die Angebotsmenge dagegen kaum merklich auf Preisänderungen, so gilt das Angebot als *unelastisch*.
- Die Preiselastizität des Angebots hängt von der Flexibilität der Unternehmung zu Mengenänderungen des produzierten Guts ab. So haben z.B. Strandgrundstücke an bayerischen Seen eine unelastische Angebotsfunktion, weil es nahezu ausgeschlossen ist, davon mehr bereitzustellen und anzubieten. Im Gegensatz dazu sind die Unternehmungen bei Waren, wie etwa Büchern, Autos und Fernsehgeräten, flexibel; das Angebot ist elastisch. Die Unternehmungen können z.B. mit einer Variation der Maschinenlaufzeiten und Betriebszeiten auf Preisänderungen reagieren.
- Für die meisten Märkte ist die Länge der Beobachtungsperiode eine Schlüsselgröße, wenn es um die Bestimmung der Preiselastizität geht. Langfristig ist das Angebot in der Regel elastischer als kurzfristig. Auf kurze Sicht schaffen es die Unternehmungen meist nicht, die Produktionskapazität auf mehr oder weniger Güter auszurichten. Deshalb ist die Angebotsmenge kurzfristig nicht sehr preisreagibel. Anders verhält es sich in langfristiger Betrachtung. Die Unternehmungen können neue Fabriken bauen oder alte Werke schließen. Die Zahl der Marktteilnehmer auf der Angebotsseite kann sich durch „Newcomer“ vergrößern und durch Liquidationen verkleinern. Langfristig vermag die Angebotsmenge sehr gut auf Preisänderungen zu reagieren.

Berechnung der Preiselastizität des Angebots

- Nachdem wir schon eine gewisse Vorstellung von der Preiselastizität des Angebots haben, wollen wir noch genauer werden. Ökonomen berechnen die Preiselastizität des Angebots, indem sie den Prozentsatz der Angebotsänderung durch den Prozentsatz der Preisänderung dividieren:

$$\text{Preiselastizität des Angebots} = \frac{\text{prozentuale Änderung der Angebotsmenge}}{\text{prozentuale Preisänderung}}$$

- Nehmen wir z.B. an, ein 5-Liter-Bierfass wird teurer, und der Preisanstieg von € 5,70 auf € 6,30 führt dazu, dass eine Brauerei die Monatsproduktion von 9.000 auf 11.000 Stück erhöht. Auf der Basis der Mittelwertmethode erhalten wir folgende prozentuale Änderungen:

$$\text{Prozentuale Preisänderung} = 100 \times (6,30 - 5,70) / 6,00 = 10 \%$$

$$\text{Prozentuale Mengenänderung} = 100 \times (11.000 - 9.000) / 10.000 = 20 \%$$

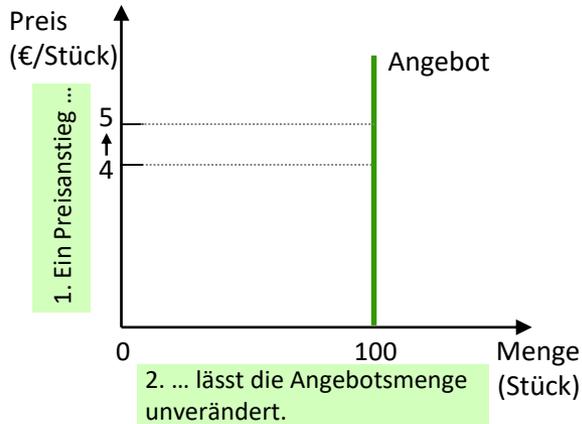
- In diesem Fall ist die

$$\text{Preiselastizität des Angebots} = \frac{20\%}{10\%} = 2,0.$$

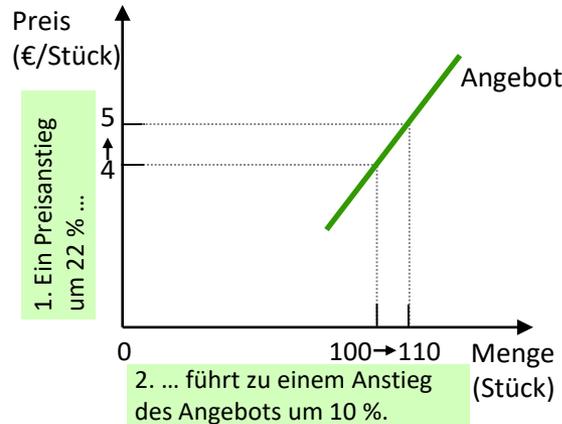
- In unserem Beispiel beträgt die Preiselastizität des Angebots 2,0. Die Änderung der Angebotsmenge fällt immer doppelt so groß aus wie die Preisänderung.

Elastizität der Nachfrage

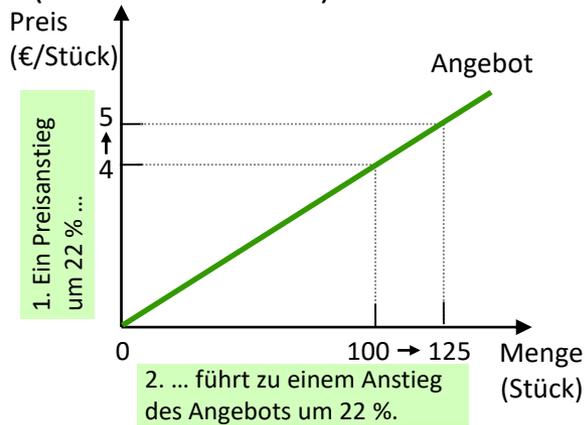
a) Vollkommen unelastisches Angebot (Preiselastizität = 0)



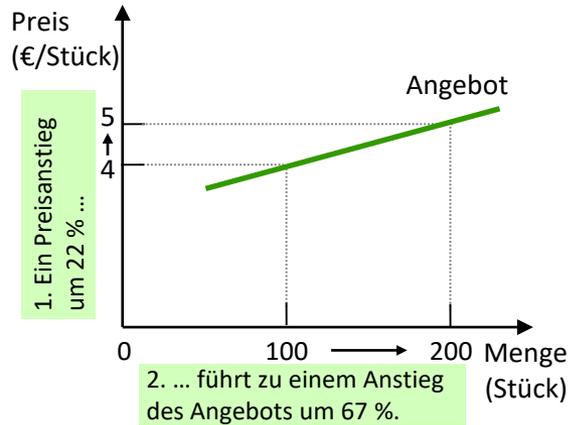
b) Unelastisches Angebot (Preiselastizität < 1)



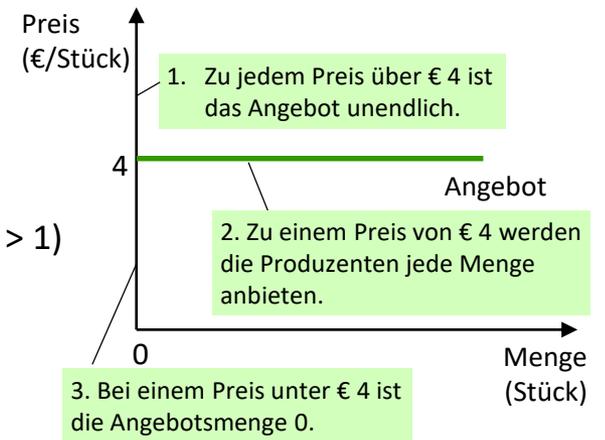
c) Einheitselastisches Angebot (Preiselastizität = 1)



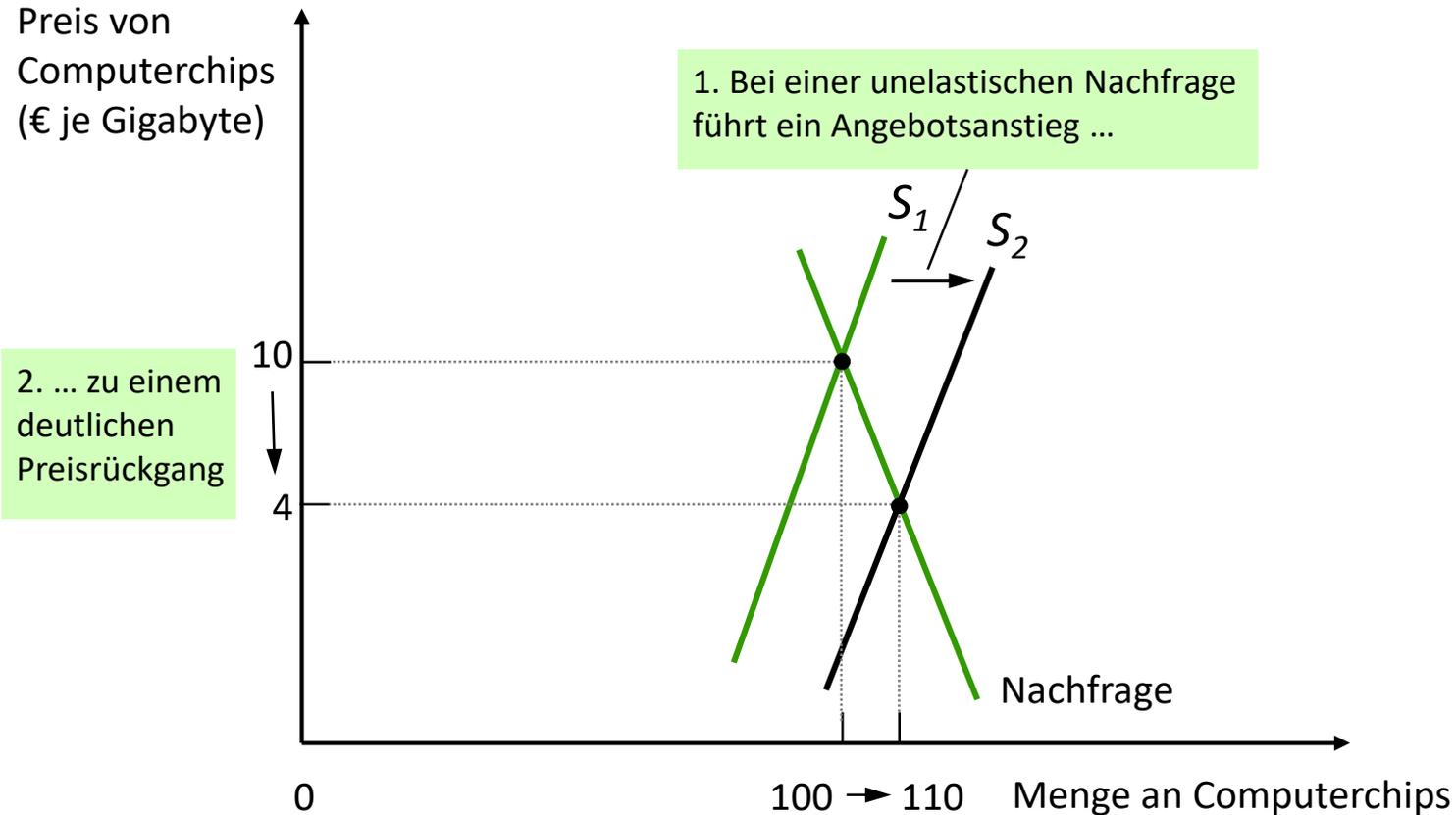
d) Elastisches Angebot (Preiselastizität > 1)



e) Vollkommen elastisches Angebot (Preiselastizität $\rightarrow \infty$)



Angebot, Nachfrage und Elastizität



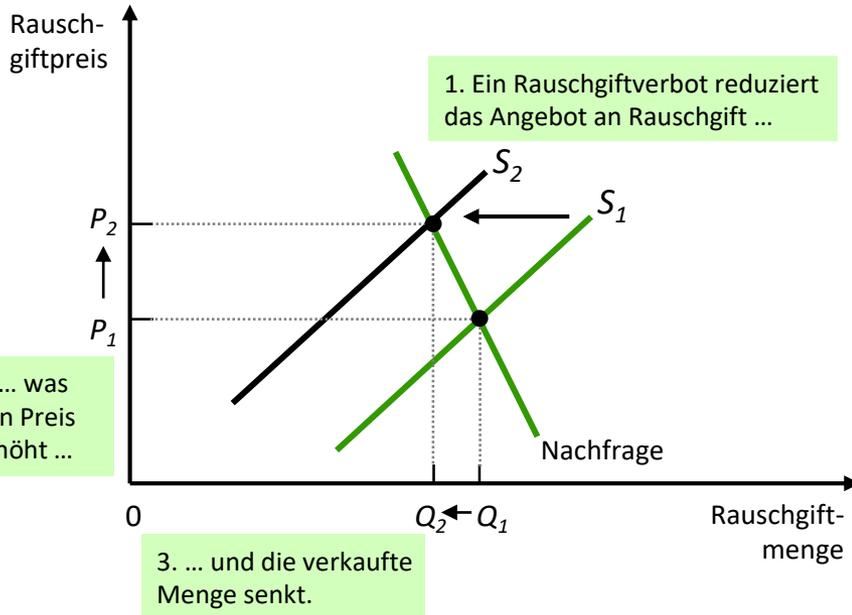
1. Bei einer unelastischen Nachfrage führt ein Angebotsanstieg ...

2. ... zu einem deutlichen Preisrückgang

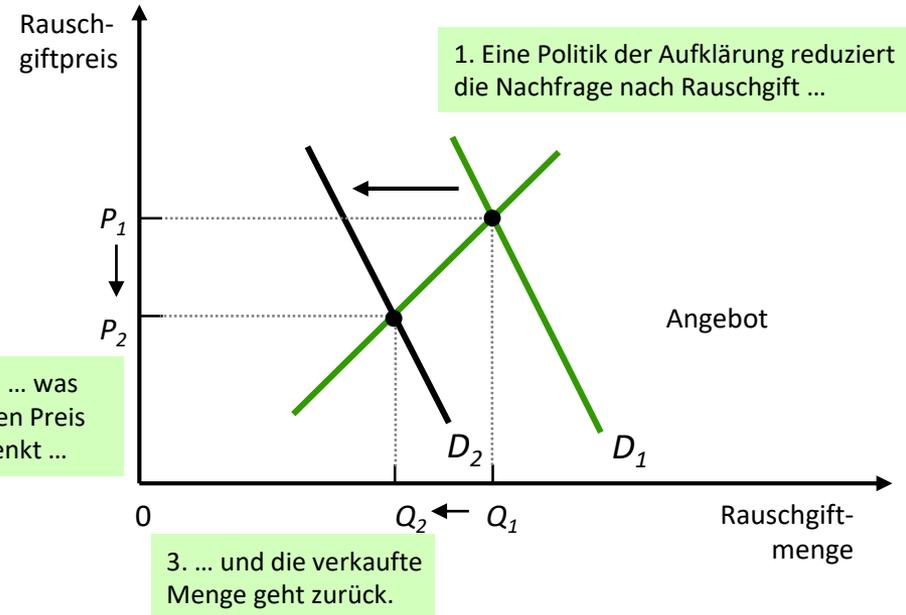
3. ... und einem vergleichsweise kleinen Anstieg der verkauften Menge. Dadurch sinken die Umsätze von € 1.000 auf € 440.

Angebot und Nachfrage

a) Politik der Verbotsdurchsetzung



b) Politik der Aufklärung



Fallstudie: Preiskampf bei Spielekonsolen

- Im Sommer 2009 tauchten Gerüchte auf, dass Sony planen würde, den Preis für die Spielekonsole Playstation 3 (PS 3) aufgrund der Konkurrenz durch andere Spielekonsolen zu senken. Da kein Hersteller plante, eine neue Konsole auf den Markt zu bringen, konnten die Hersteller nur über den Preis miteinander konkurrieren. Seit der Markteinführung waren die Absatzzahlen für die PS 3 deutlich hinter dem Erfolg der Vorgängermodelle zurückgeblieben. Ein Grund dafür war die Konkurrenz durch preiswertere Spielekonsolen wie die Xbox von Microsoft, die ab € 150 verkauft wurde, und die Wii von Nintendo, die man für knapp € 200 kaufen konnte. Die PS 3 wurde dagegen zu € 350 angeboten. Im August 2009 gab Sony dann eine Preissenkung auf € 299 bekannt.
- Gleichzeitig wurde im September 2009 eine neue, kleinere Version der PS 3 auf den Markt gebracht. Durch die Preissenkung erhoffte sich Sony einen raschen Anstieg der Absatzzahlen. Gleichzeitig ging man davon aus, dass die Nachfrage auf kurze Sicht elastisch genug ist, sodass der Absatzanstieg stärker wirkt als der Preisrückgang. Bei der Entscheidung über die Preissenkung musste Sony die mögliche Reaktion seiner Konkurrenten Microsoft und Nintendo mit berücksichtigen. Gleichzeitig musste Sony analysieren, inwieweit die Konkurrenzprodukte in den Augen der Konsumenten perfekte Substitute zur PS 3 darstellen und welche Bedeutung weitere Elemente wie die Vielfalt der angebotenen Spiele für die Konsumenten haben. Analysten vertraten die Auffassung, dass jede Preissenkung von Sony eine entsprechende Reaktion bei Microsoft und Nintendo hervorrufen würde. Sie verwiesen darauf, dass die genaue Wirkung auf Absatz und Erlöse von Sony von der Schnelligkeit und dem Ausmaß der Reaktion der Wettbewerber abhängt.
- Berichte zu Jahresbeginn 2010 ließen darauf schließen, dass die Preissenkung einen gewissen Erfolg hatte. Sony gab bekannt, dass man in den letzten fünf Wochen des Jahres 2009 weltweit 3,78 Millionen Konsolen verkauft hat. Das war ein Anstieg im Vergleich zum gleichen Zeitraum im Vorjahr um 76 %.

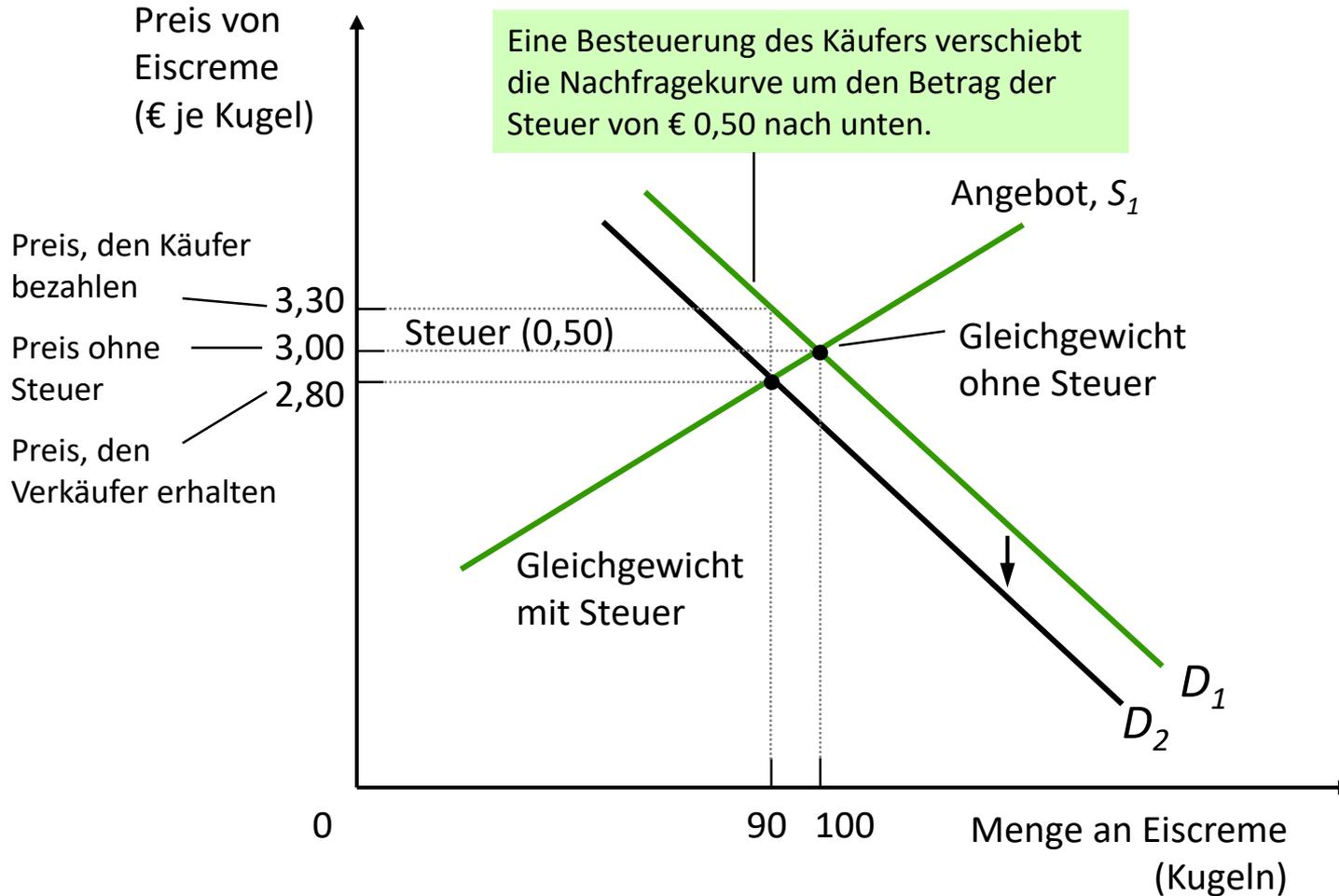
Zusammenfassung Elastizität (1)

- Die Preiselastizität der Nachfrage misst die relative Veränderung der Nachfragemenge, die durch eine bestimmte relative Preisänderung bewirkt wird. Die Nachfrage wird umso elastischer sein, je eher das betreffende Gut zum Luxus als zur Lebensnotwendigkeit gehört, je mehr nahe Substitute für den Konsumenten wählbar sind, je enger der Markt abgegrenzt ist oder je länger die Reaktionszeit der Nachfrager auf Preisänderungen ist.
- Die Preiselastizität der Nachfrage wird berechnet als Quotient des Prozentsatzes der Mengenänderung und des Prozentsatzes der Preisänderung. Wenn die Elastizität kleiner als 1 ist, sich also die Menge proportional weniger verändert als der Preis, spricht man von unelastischer oder inelastischer Nachfrage. Ist die Elastizität größer als 1 und damit die proportionale Mengenänderung größer als die proportionale Preisänderung, bezeichnet man die Nachfrage als elastisch.
- Der Umsatz, der gleich Gesamtausgaben der Käufer und Gesamteinnahmen der Verkäufer ist, entspricht dem rechnerischen Produkt aus Preis und Menge. Bei inelastischen Nachfragekurven steigt der Umsatz bei steigendem Preis, bei elastischen Nachfragekurven sinkt der Umsatz bei steigendem Preis.
- Die Einkommenselastizität der Nachfrage misst die relative Veränderung der Nachfragemenge, die durch eine bestimmte relative Einkommensänderung eintritt. Sie wird berechnet als Quotient aus dem Prozentsatz der Mengenänderung und dem Prozentsatz der Einkommensänderung.

Zusammenfassung Elastizität (2)

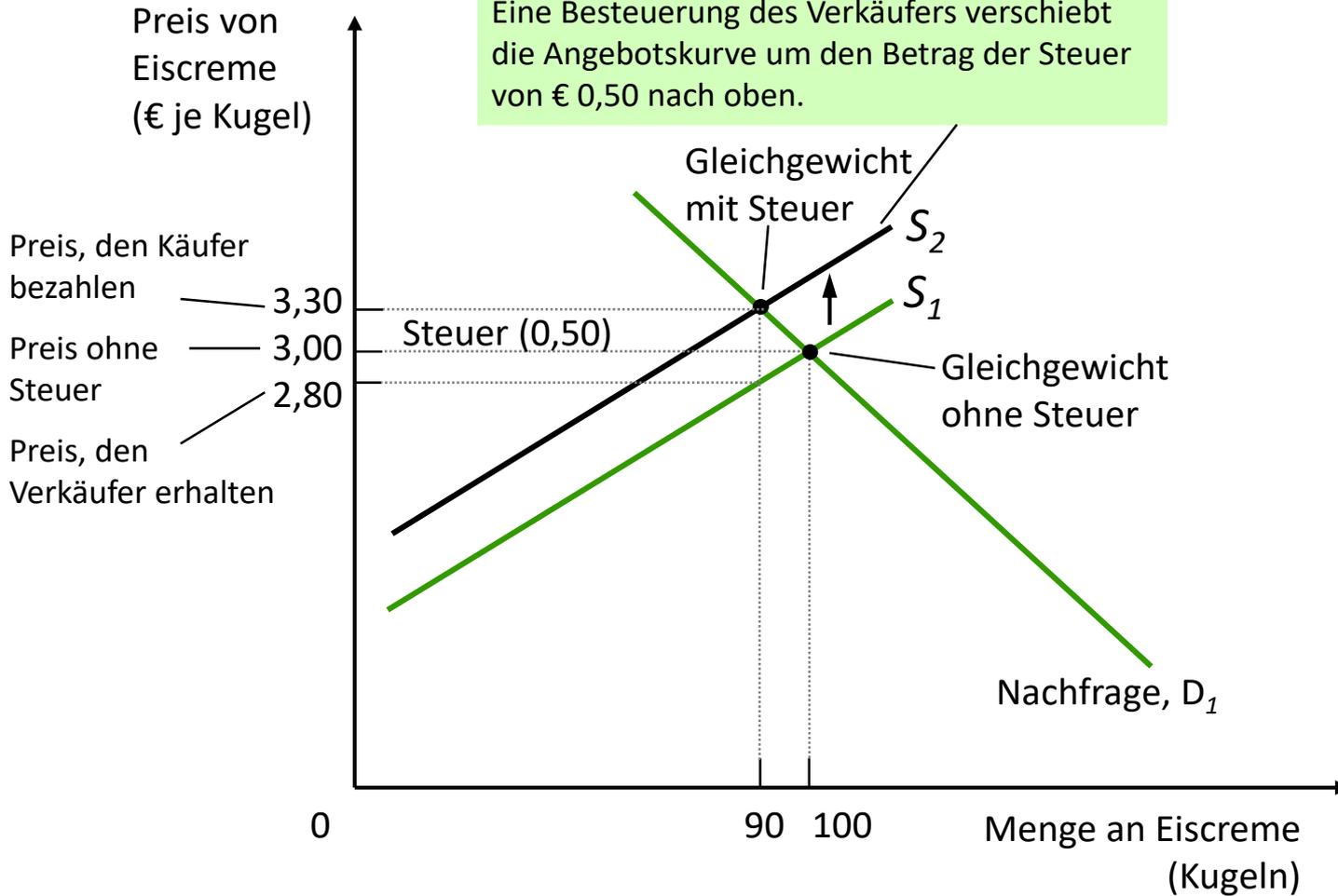
- Die Preiselastizität des Angebots misst die relative Veränderung der Angebotsmenge, die durch eine bestimmte relative Preisänderung bewirkt wird. Diese Elastizität hängt oft vom Zeithorizont der Analyse ab. Die Angebotselastizität ist langfristig zumeist größer als kurzfristig.
- Die Preiselastizität des Angebots wird berechnet als Quotient des Prozentsatzes der Mengenänderung und des Prozentsatzes der Preisänderung. Wenn die Elastizität kleiner als 1 ist, sich also die Menge proportional weniger verändert als der Preis, spricht man von unelastischem oder inelastischem Angebot. Ist die Elastizität größer als 1 und damit die proportionale Mengenänderung größer als die proportionale Preisänderung, so bezeichnet man das Angebot als elastisch.
- Die Analysewerkzeuge von Angebot und Nachfrage können auf ganz unterschiedliche Märkte angewandt werden.

Angebot, Nachfrage und wirtschaftspolitische Maßnahmen

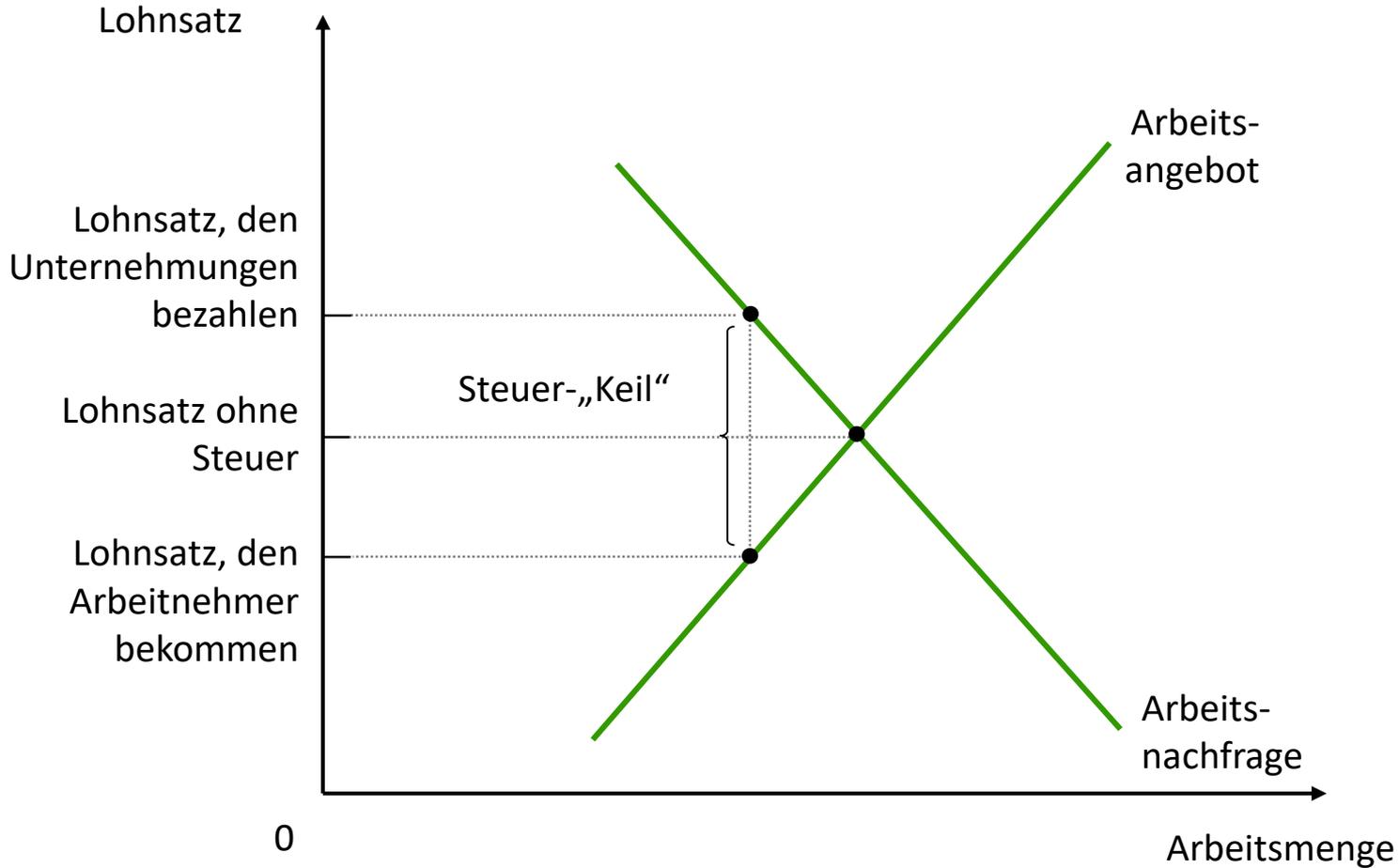


Angebot, Nachfrage und wirtschaftspolitische Maßnahmen

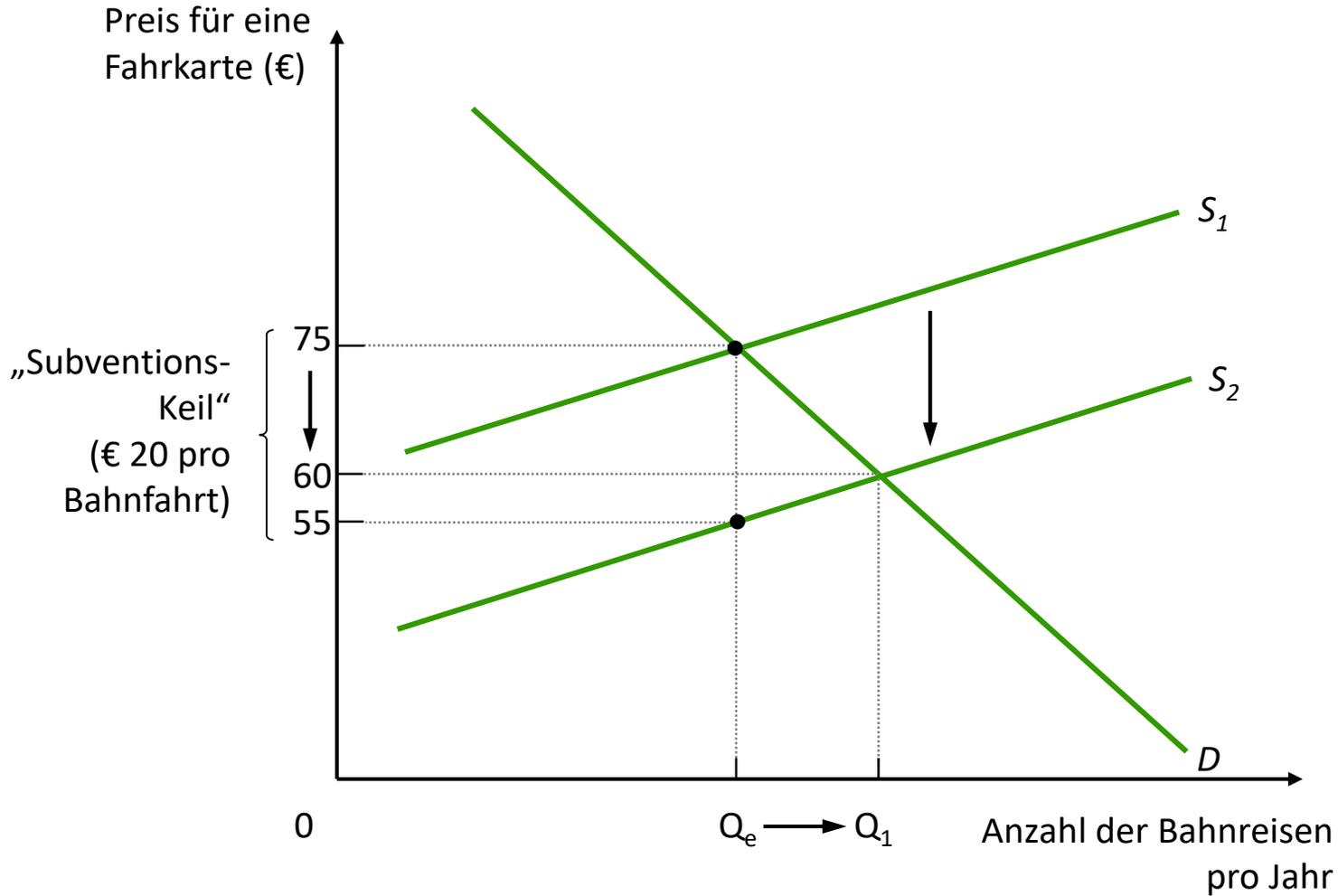
Eine Besteuerung des Verkäufers verschiebt die Angebotskurve um den Betrag der Steuer von € 0,50 nach oben.



Angebot, Nachfrage und wirtschaftspolitische Maßnahmen



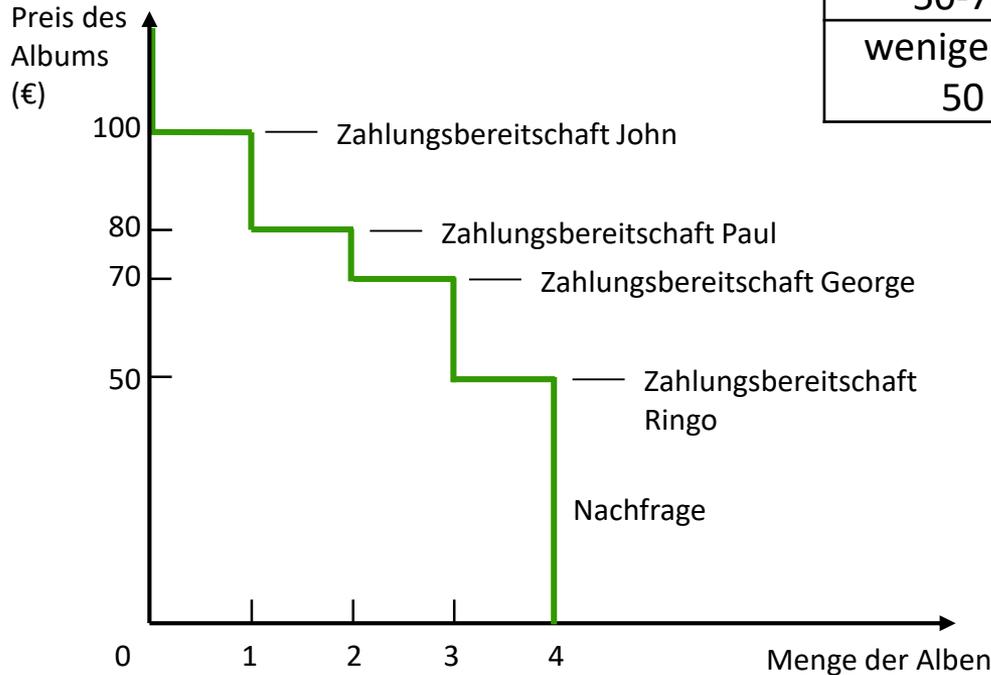
Angebot, Nachfrage und wirtschaftspolitische Maßnahmen



Märkte und Wohlstand

Käufer	Zahlungsbereitschaft (€)
John	100
Paul	80
George	70
Ringo	50

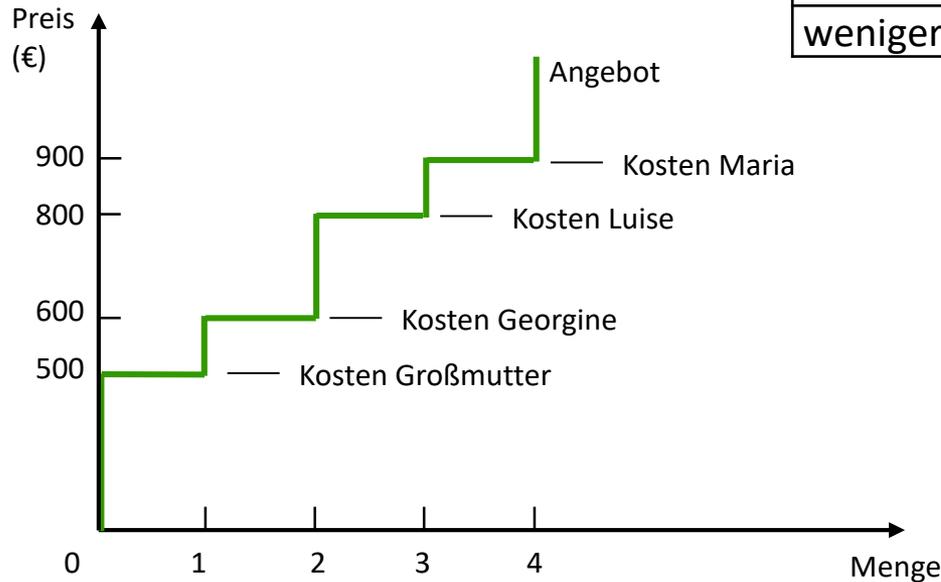
Preis (€)	Käufer	Nachfragemenge (Stück)
mehr als 100	Niemand	0
80-100	John	1
70-80	John, Paul	2
50-70	John, Paul, George	3
weniger als 50	John, Paul, George, Ringo	4



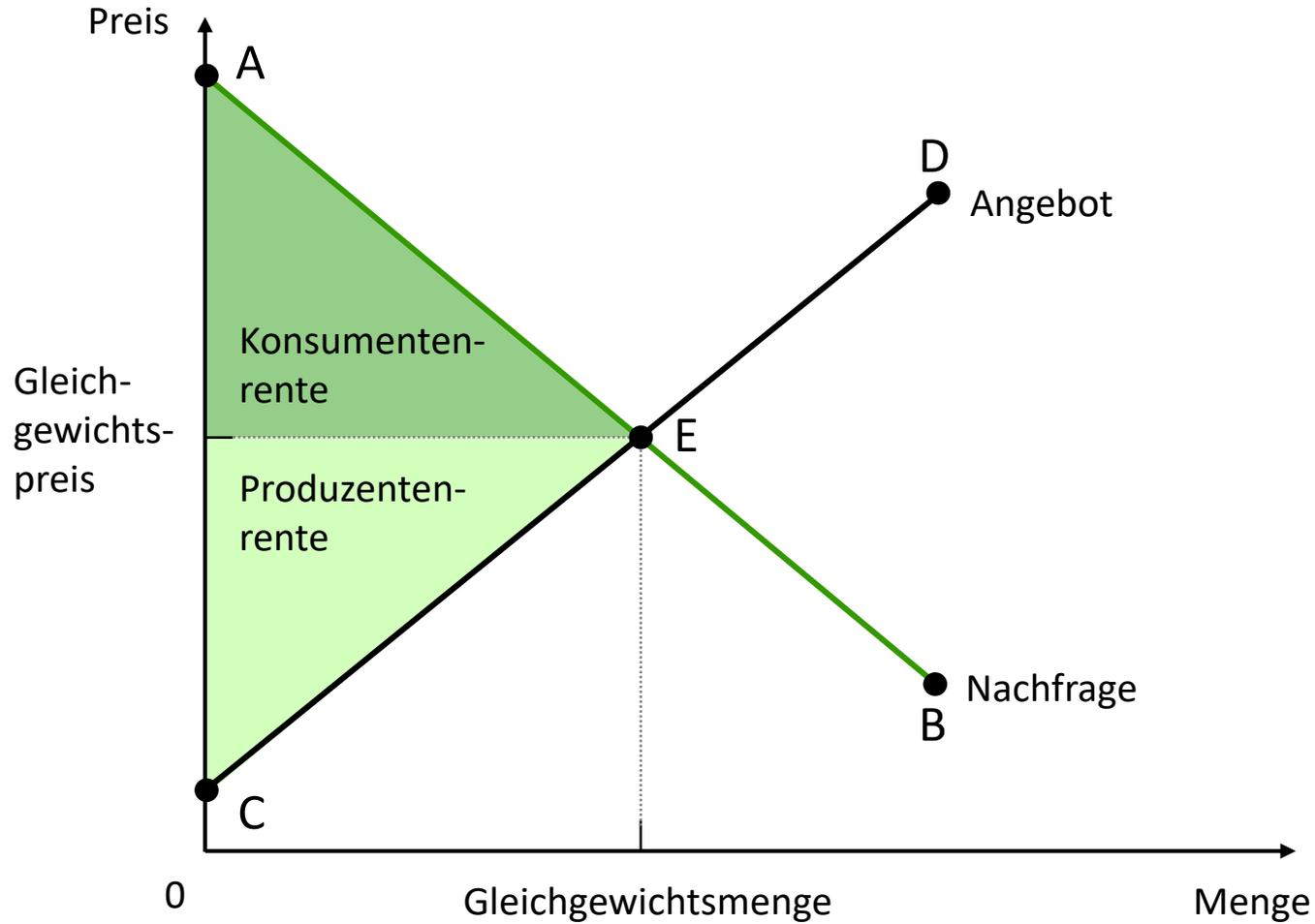
Märkte und Wohlstand

Verkäufer	Kosten(€)
Maria	900
Luise	800
Georgine	600
Großmutter	500

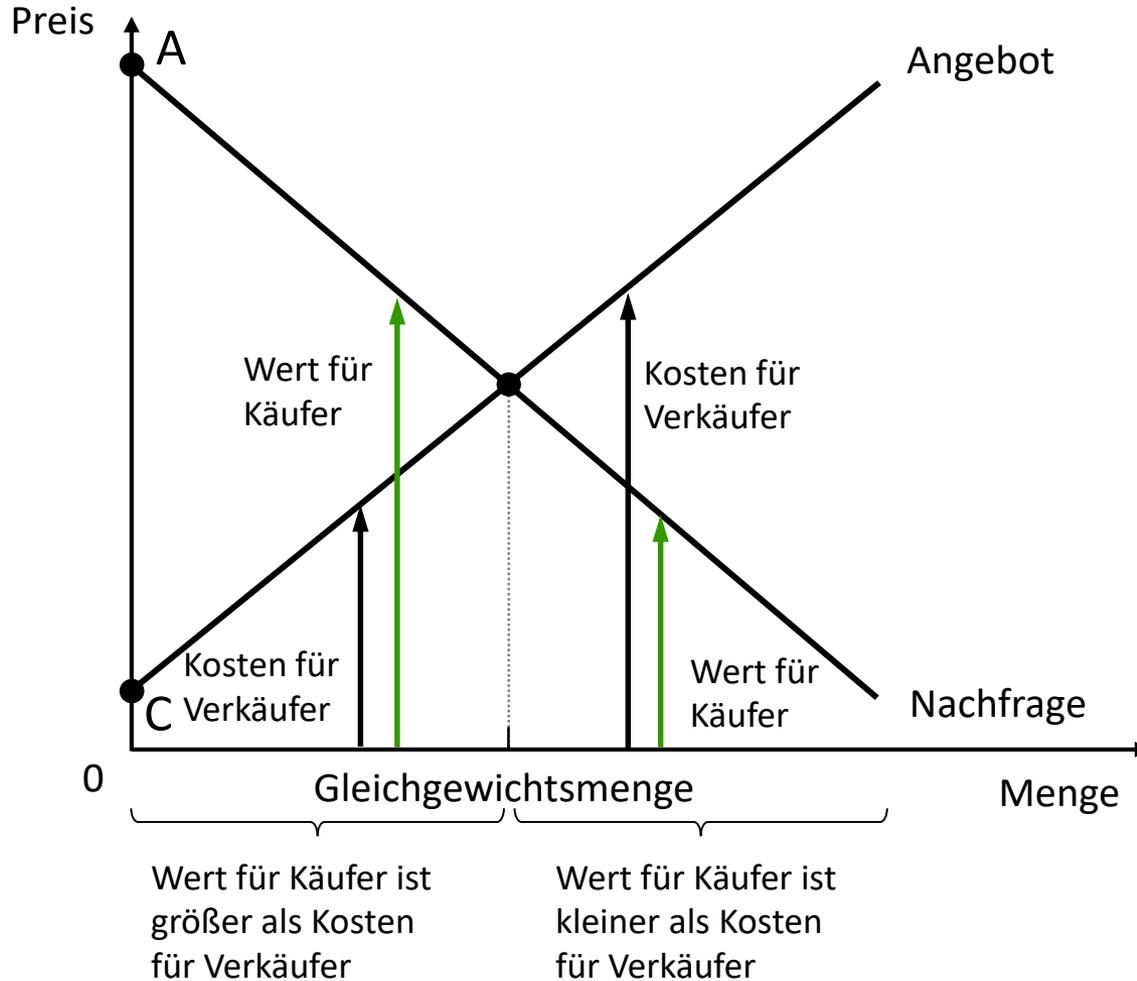
Preis (€)	Anbieter	Angebotsmenge (Stück)
900 oder mehr	Maria, Luise, Georgine, Großmutter	4
800-900	Luise, Georgine, Großmutter	3
600-800	Georgine, Großmutter	2
500-600	Großmutter	1
weniger als 500	Niemand	0



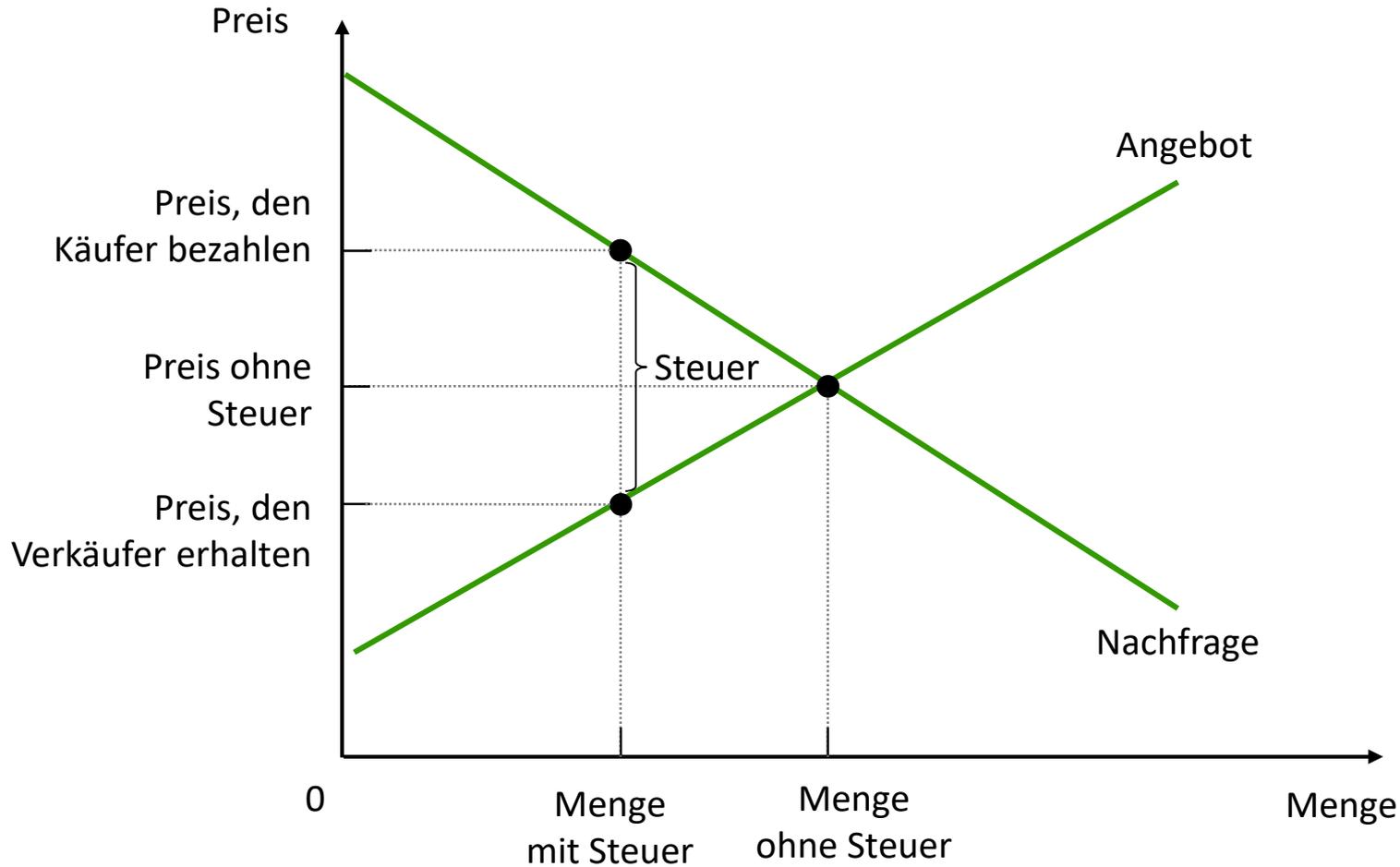
Marktgleichgewicht



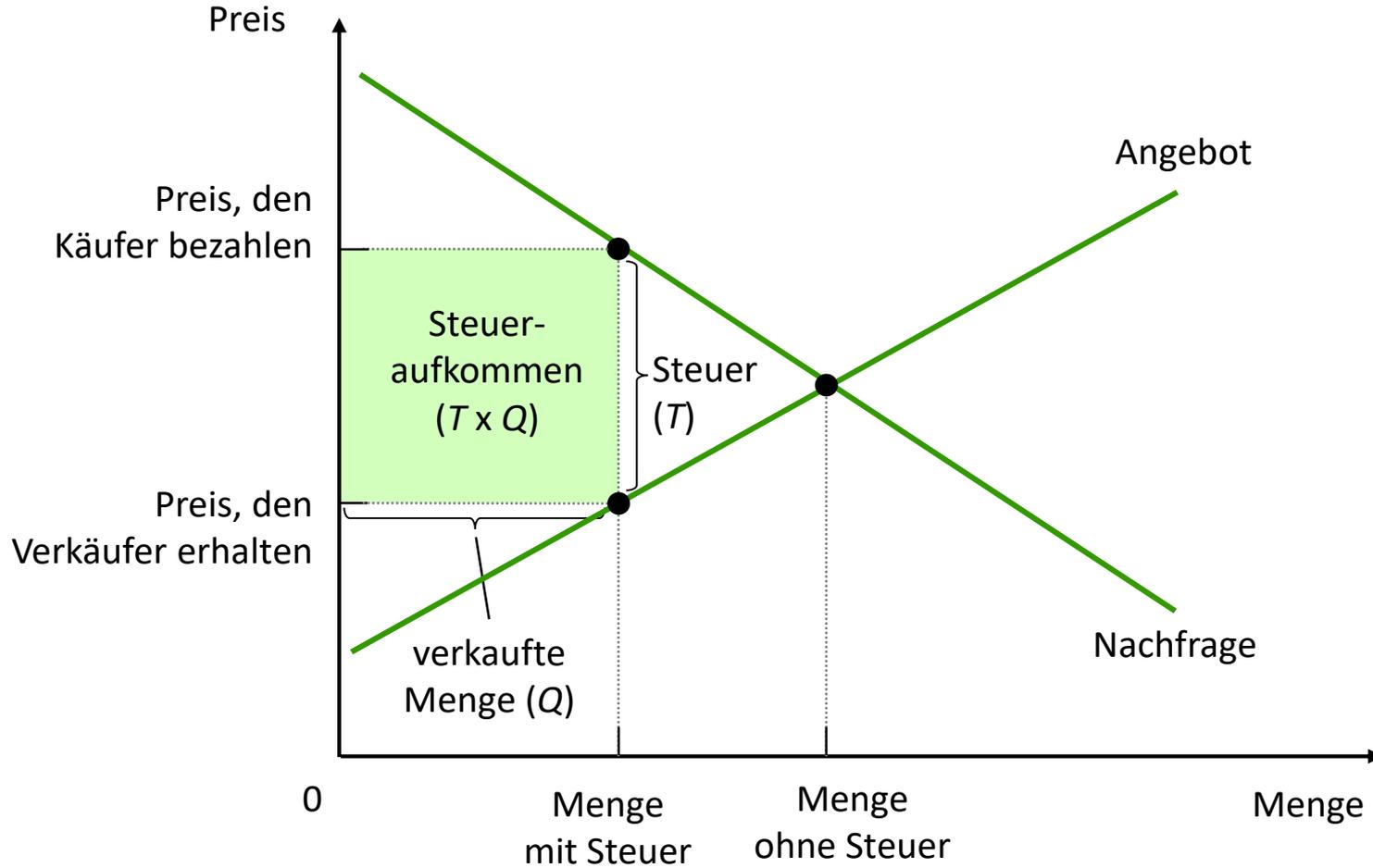
Marktgleichgewicht



Besteuerung

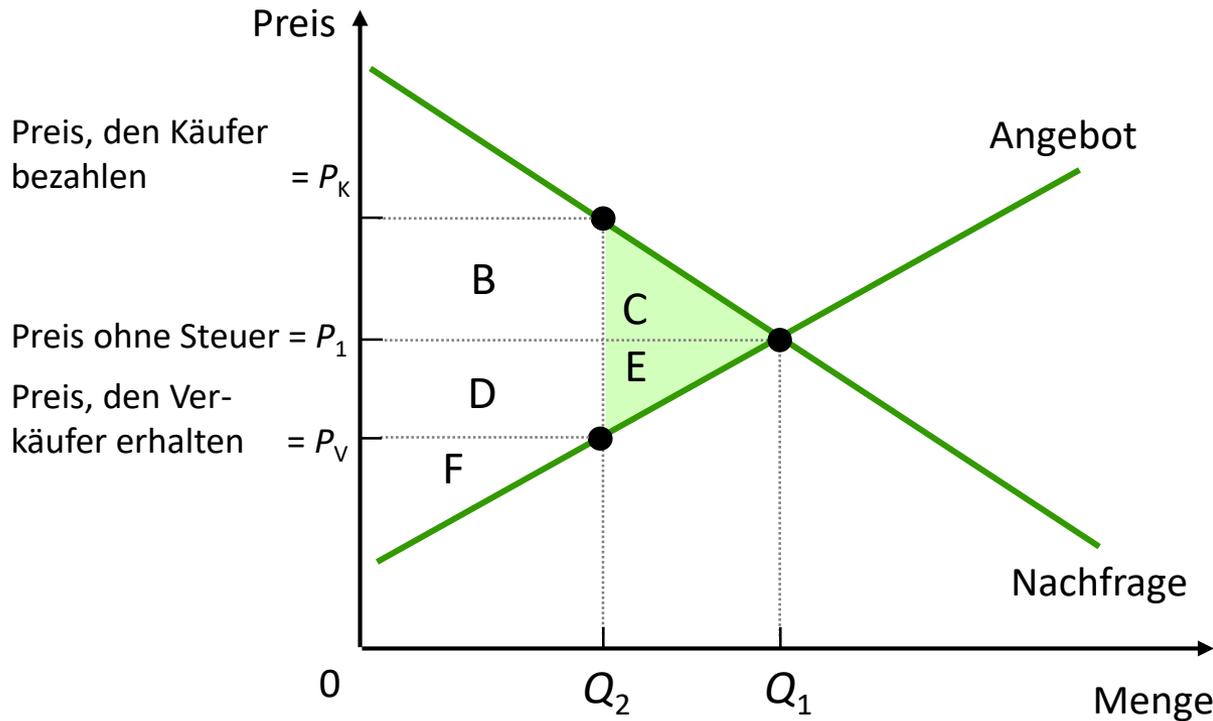


Besteuerung

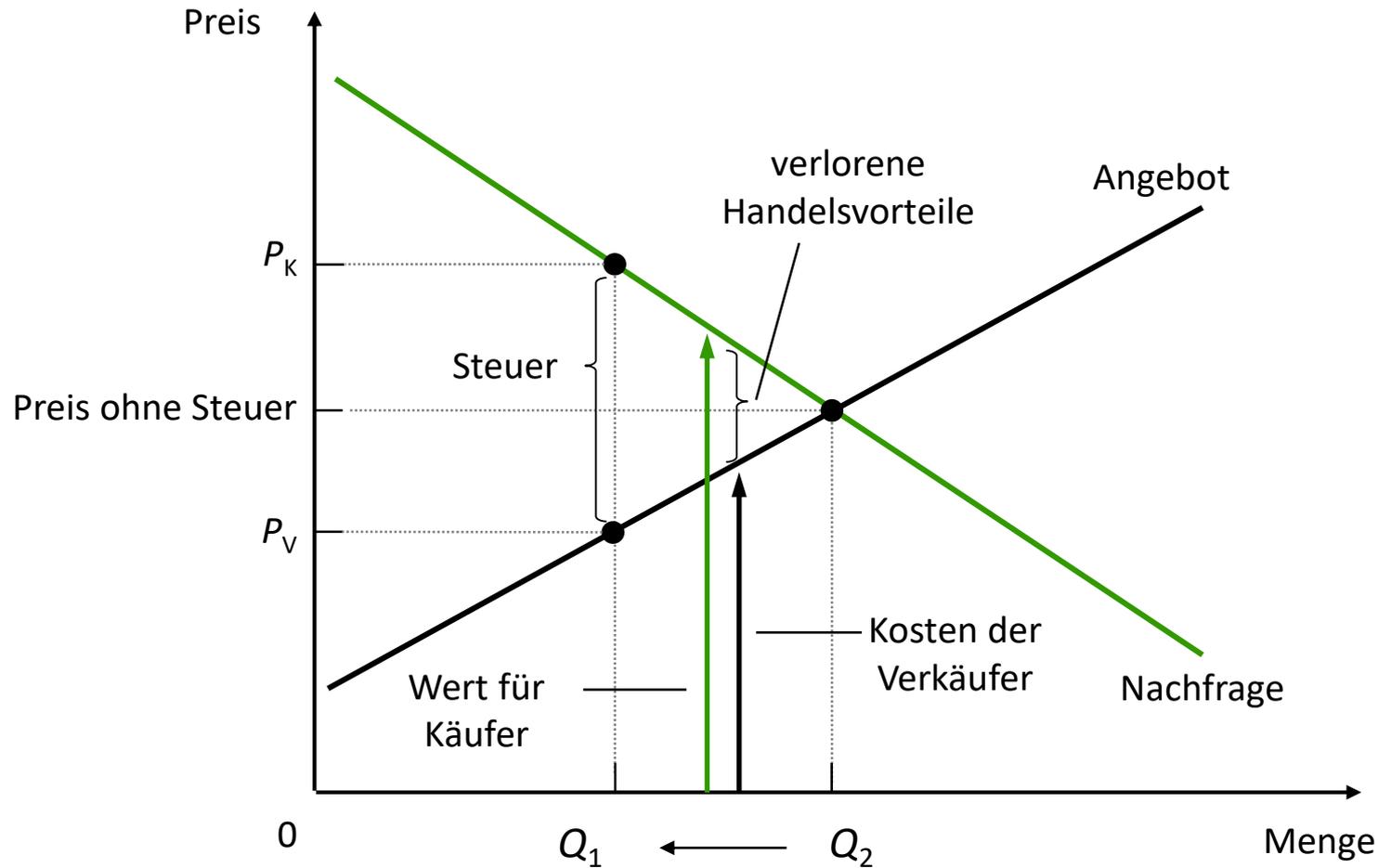


Besteuerung

	Ohne Steuer	Mit Steuer	Unterschied
Konsumentenrente	A + B + C	A	- (B + C)
Produzentenrente	D + E + F	F	- (D + E)
Steueraufkommen	null	B + D	B + D
Gesamtrente	A+B+C+D+E+F	A+B+D+F	- (C + E)

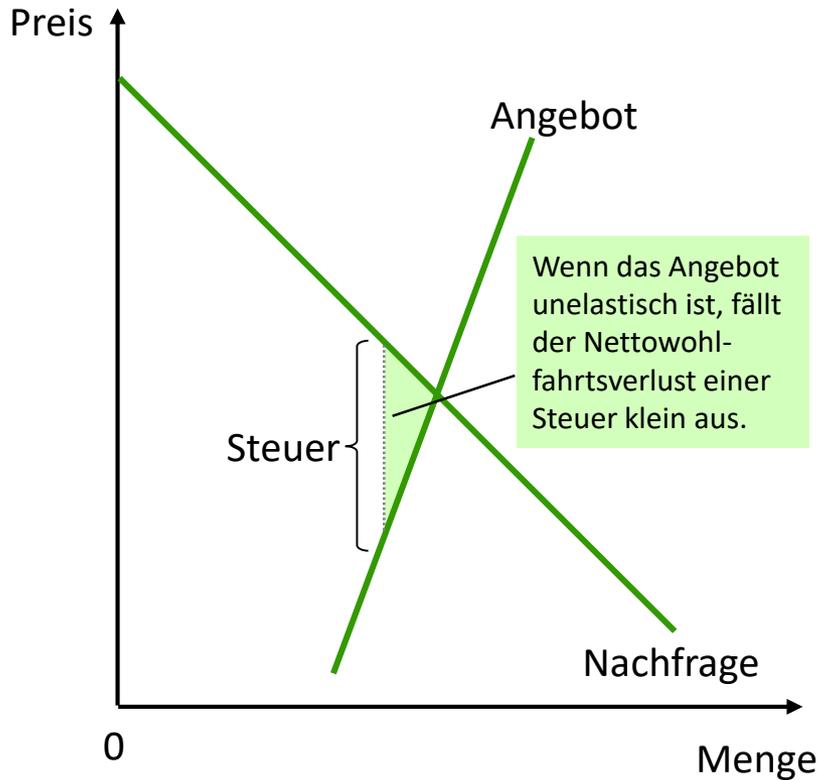


Besteuerung

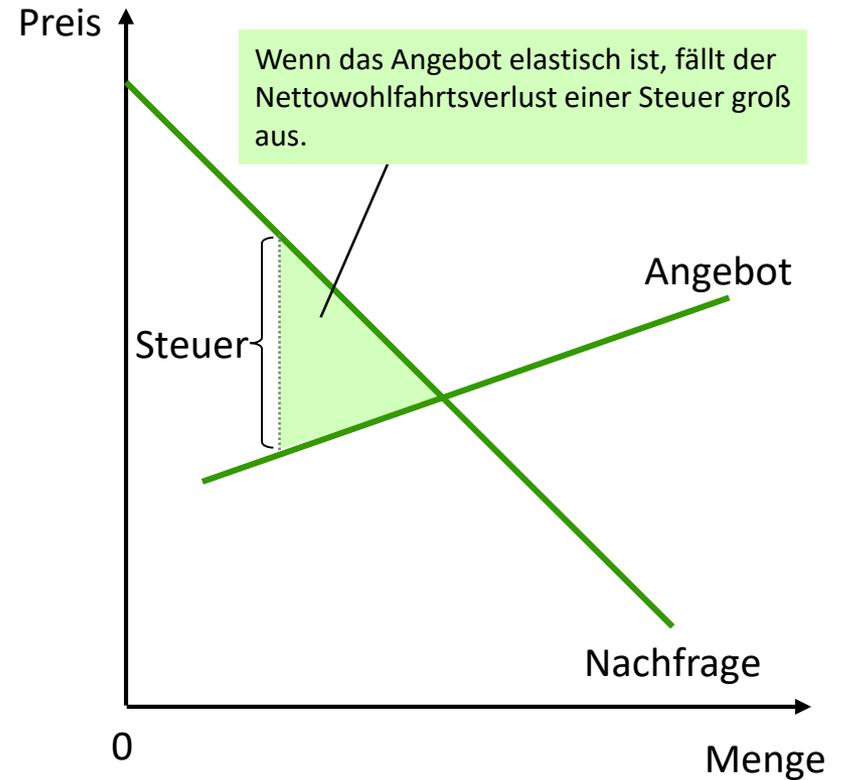


Steuereinflüsse und Elastizität

a) Unelastisches Angebot

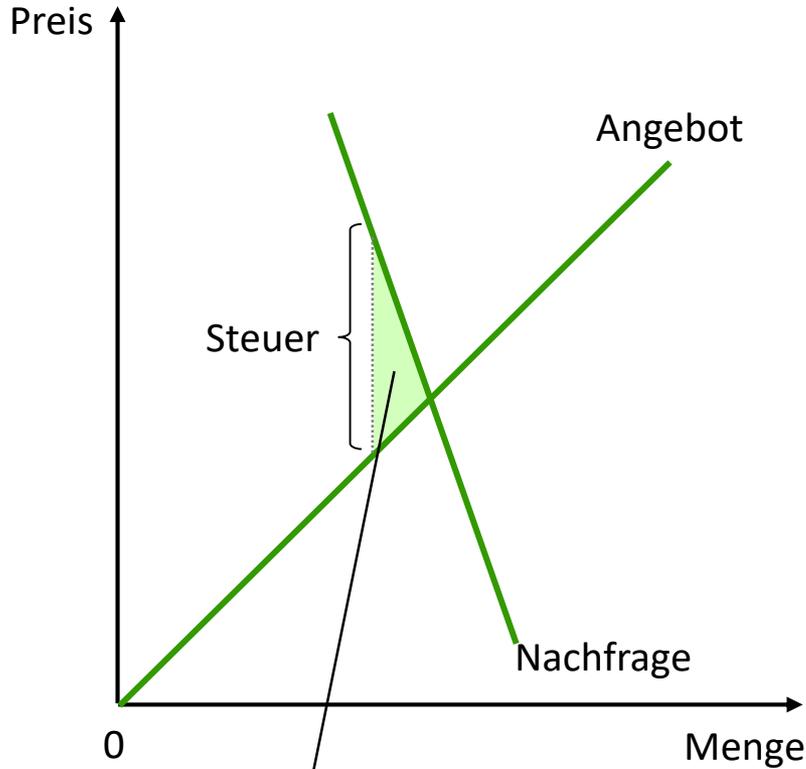


b) Elastisches Angebot



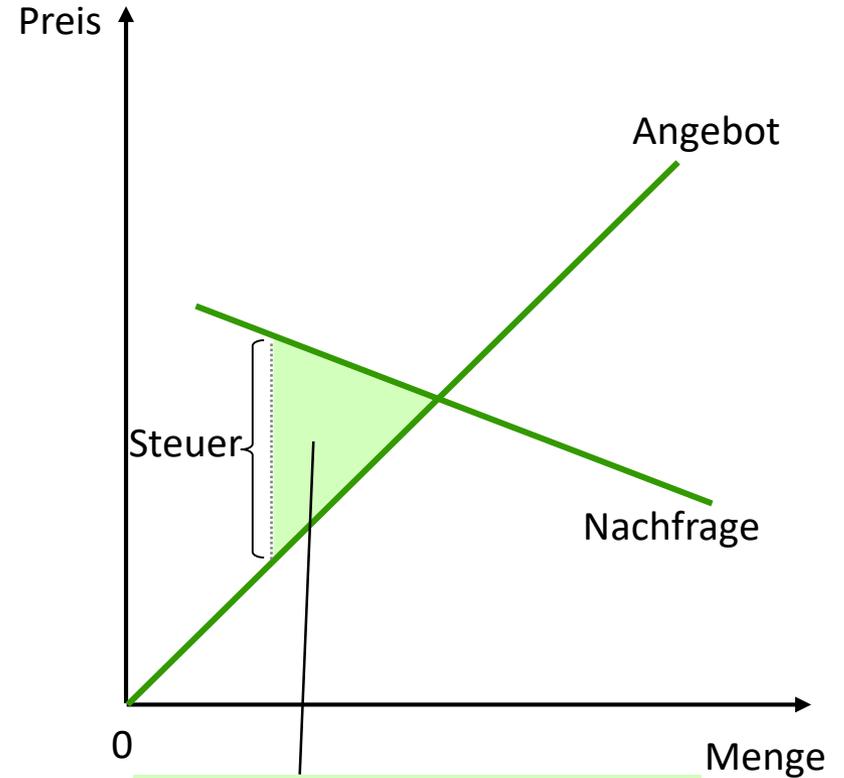
Steuereinflüsse und Elastizität

a) Unelastische Nachfrage



Wenn die Nachfrage unelastisch ist, fällt der Nettowohlfahrtsverlust einer Steuer klein aus.

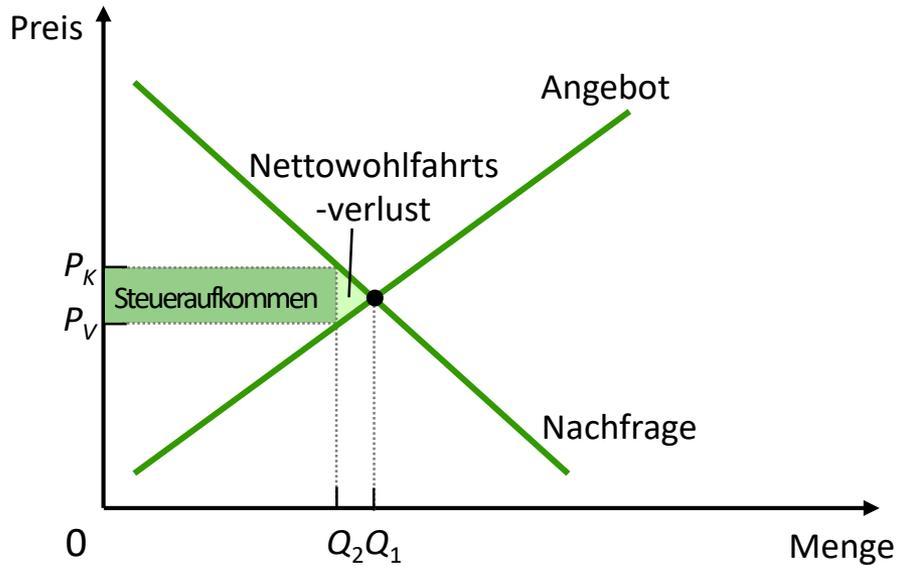
b) Elastische Nachfrage



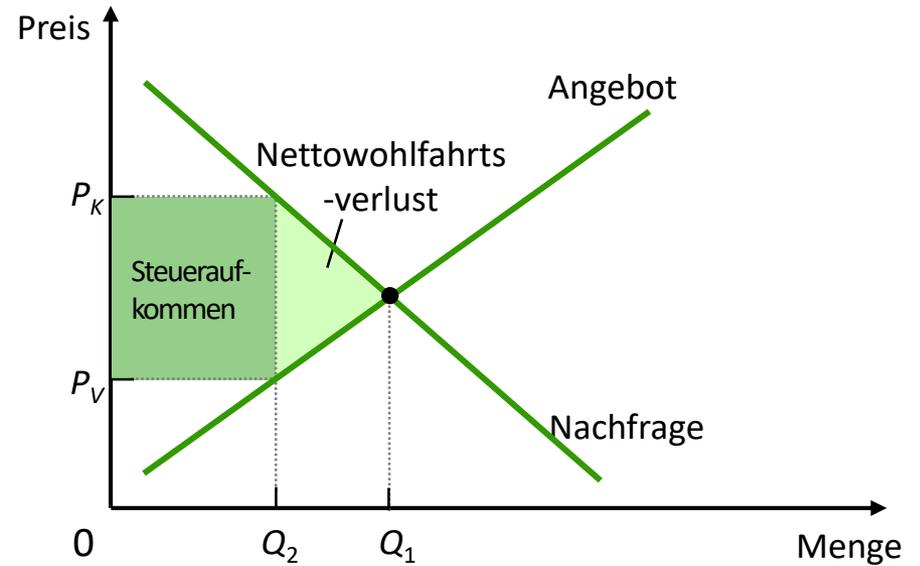
Wenn die Nachfrage elastisch ist, fällt der Nettowohlfahrtsverlust einer Steuer groß aus.

Märkte und Wohlstand – Besteuerung

a) Kleine Steuer

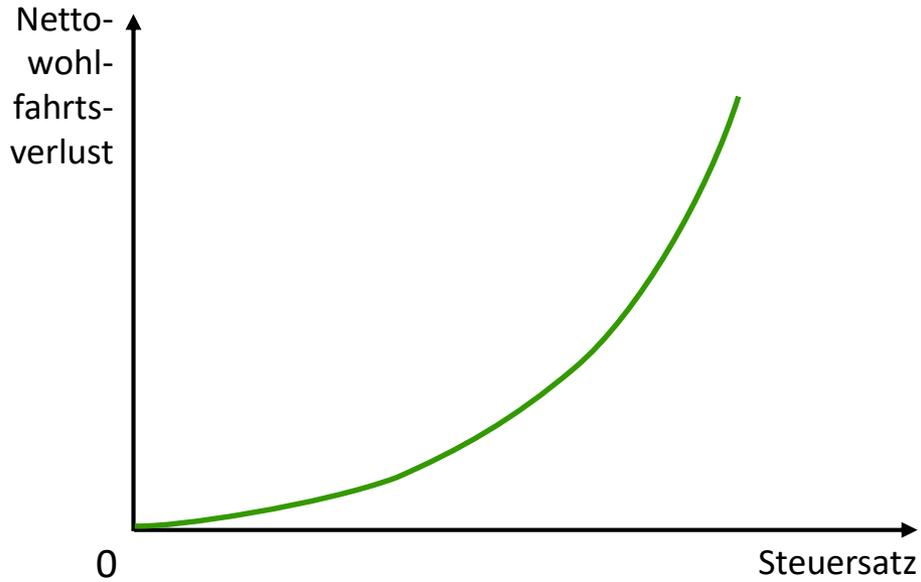


b) Mittlere Steuer

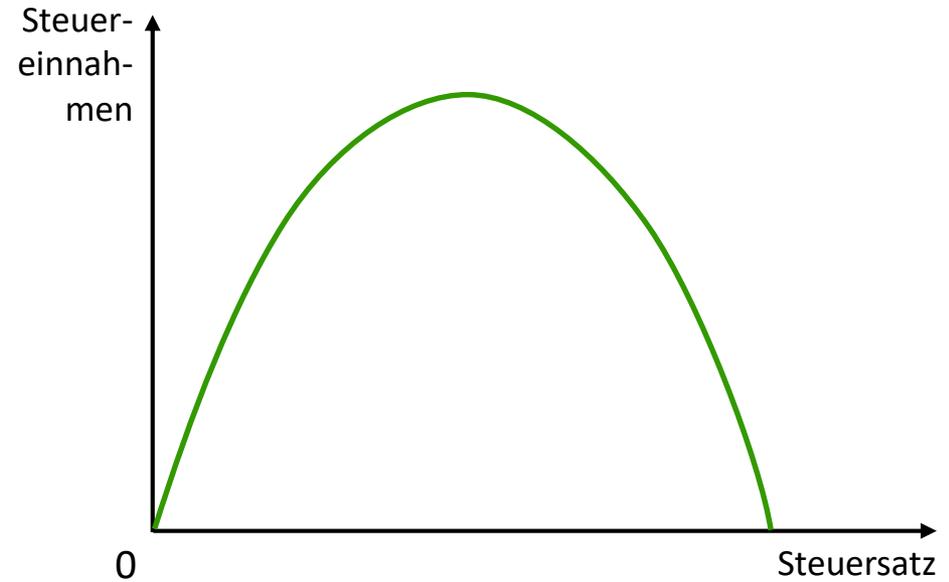


Märkte und Wohlstand – Besteuerung

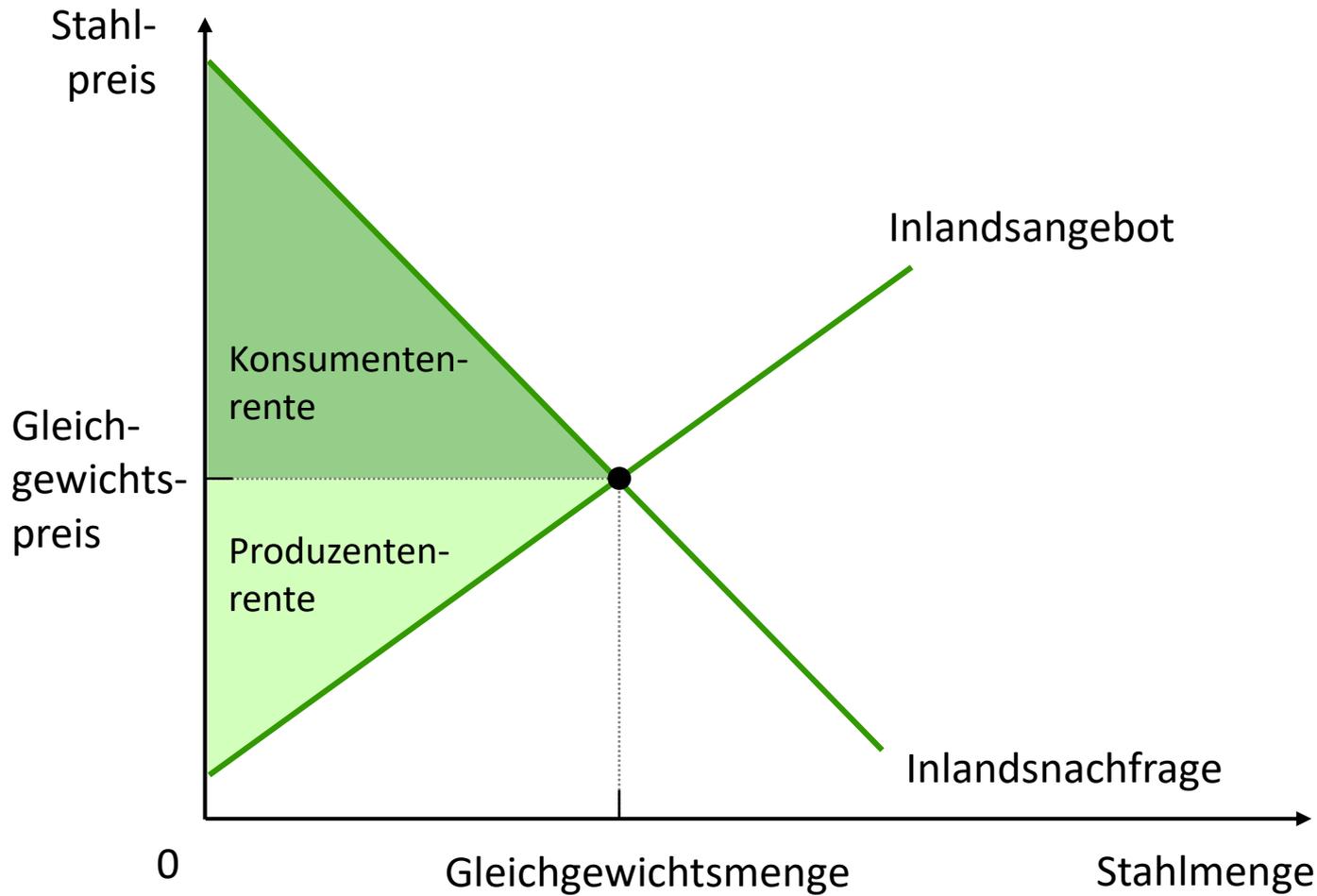
a) Nettowohlfahrtsverlust



b) Steuereinnahmen (Laffer-Kurve)

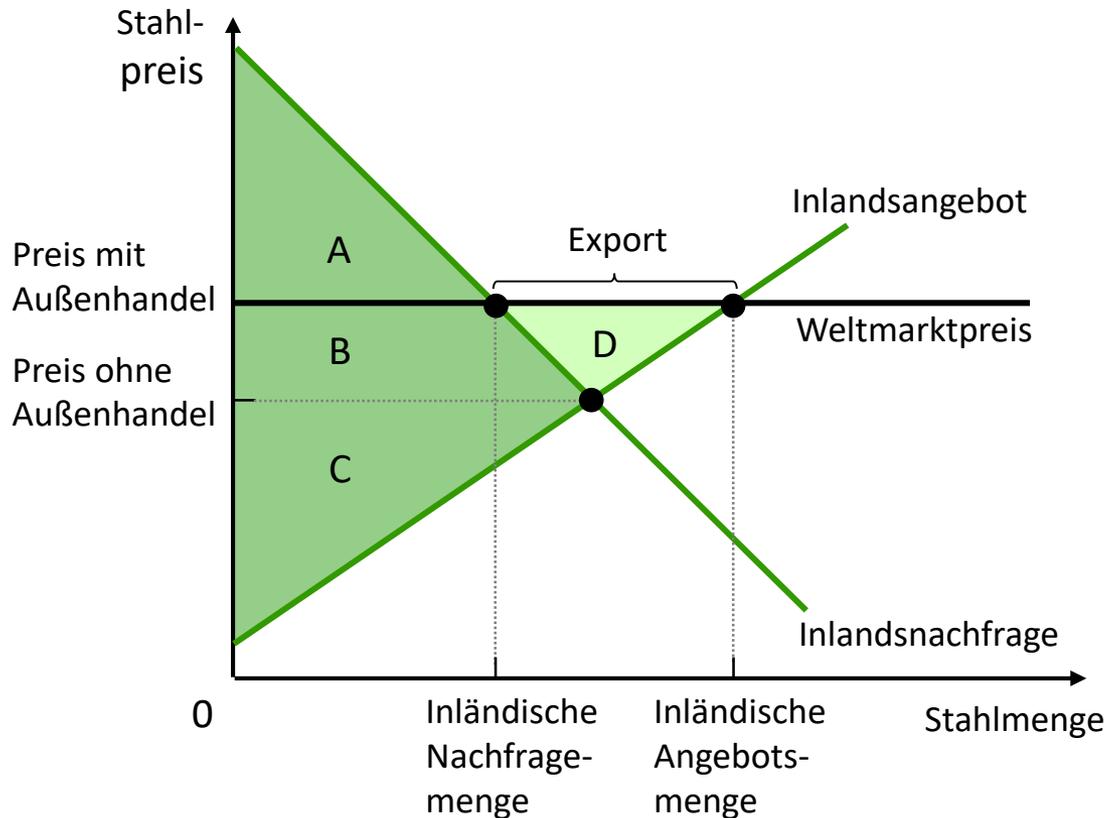


Zwischenstaatlicher Handel



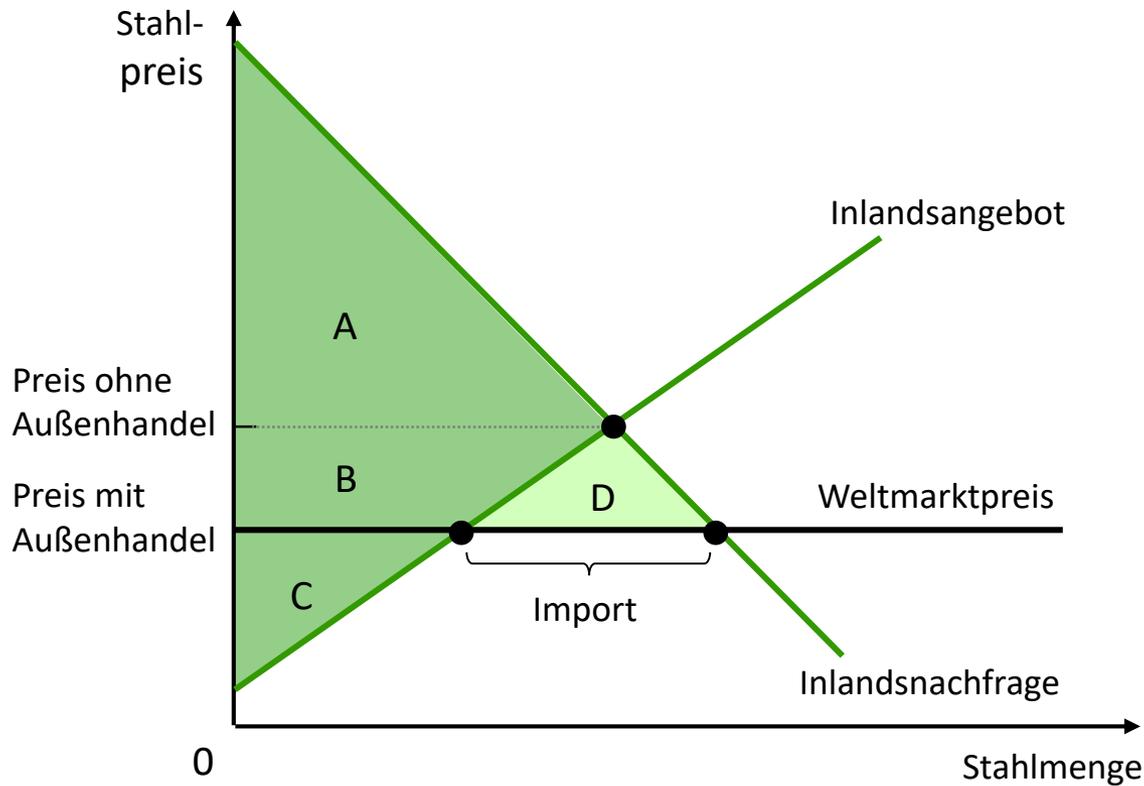
Zwischenstaatlicher Handel

	Ohne Außenhandel	Mit Außenhandel	Veränderungen
Konsumentenrente	$A + B$	A	$- B$
Produzentenrente	C	$B + C + D$	$+ (B + D)$
Gesamtrenten	$A + B + C$	$A + B + C + D$	$+ D$



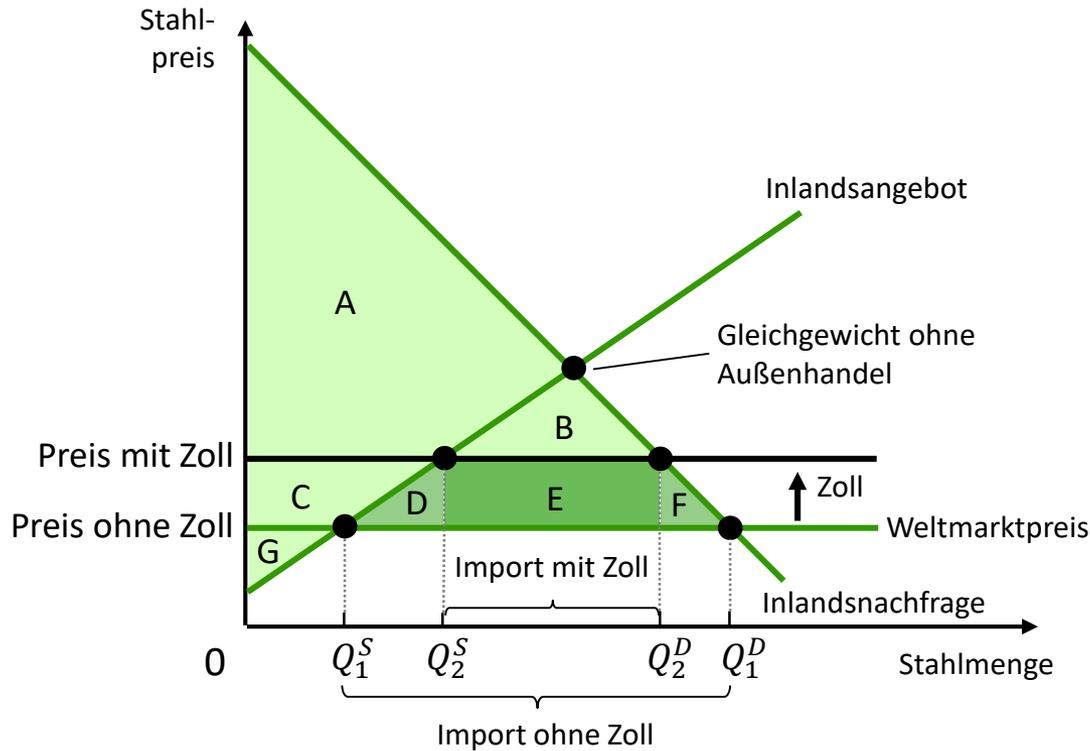
Zwischenstaatlicher Handel

	Ohne Außenhandel	Mit Außenhandel	Veränderungen
Konsumentenrente	A	A + B + D	+ (B + D)
Produzentenrente	B + C	C	- B
Gesamtrente	A + B + C	A + B + C + D	+ D



Zwischenstaatlicher Handel – Importzoll

	Ohne Zollschränken	Mit Zollschränken	Veränderungen
Konsumentenrente	$A + B + C + D + E + F$	$A + B$	$-(C + D + E + F)$
Produzentenrente	$B + C$	C	$+ C$
Staatseinnahmen	null	E	$+ E$
Gesamtrente	$A + B + C + D + E + F + G$	$A + B + C + E + G$	$-(D + F)$



Zwischenstaatlicher Handel – Importquote

	Ohne Importquote	Mit Importquote	Veränderungen
Konsumentenrente	$A + B + C + D + E'$	$A + B$	$-(C + D + E' + E'' + F)$
Produzentenrente	G	$C + G$	$+ C$
Lizenznehmerrente	null	$E' + E''$	$+ E' + E''$
Gesamtrente	$A + B + C + D + E' + E'' + F + G$	$A + B + C + E' + E'' + G$	$-(D + F)$

