

2. Grundbegriffe zu Wirtschaftsprozessen

- 2.1 Abgrenzung: BWL und VWL**
 - Wirtschaftssubjekte, Wirtschaftsobjekte,**
 - Wirtschaftsbereiche**
- 2.2 Notwendigkeit des Wirtschaftens**
- 2.3 Bedürfnisse und Bedarf**
- 2.4 Arten von Gütern**
- 2.5 Markt und Preis**
- 2.6 Ökonomisches Prinzip**
- 2.7 Produktionsfaktoren**
- 2.8 Unternehmen und Betrieb**
- 2.9 Ziele des Unternehmens**

**BWL und VWL in der
Wissenschaftssystematik**

Formal- wissen- schaft	Realwissenschaft							
Mathematik, Logik, theoretische Informatik	Naturwissenschaft			Sozialwissenschaft				
	Physik	Chemie	Biologie	Rechts- wissen- schaft	Sozio- logie	Psycho- logie	Wirtschafts- wissenschaft	
							BWL	VWL

Gegenstand: BWL und VWL

BWL befasst sich mit: dem einzelnen Betrieb, der einzelnen Unternehmung		VWL befasst sich mit: der gesamten Wirtschaft eines Landes und dessen aussenwirtschaftliche Beziehungen		
Allgemeine BWL A-BWL funktions- und branchen- übergreifende Fragestellungen, die für alle Wirt- schaftseinheiten (Betriebe, Unter- nehmen, Haushalte) Gültigkeit haben, z.B. Standort- entscheidungen	Spezielle BWL baut auf den Grund- einsichten der A-BWL auf, vertieft diese: funktionale BWL z.B. Beschaffung, Produktion, Absatz, REWE institutionelle BWL z.B. Bank-, Handels- betriebslehre, Entrepreneurship	Makro- ökonomie untersucht auf der Basis von Global- größen gesamtwirt- schaftliche Zusammen- hänge z.B. Entwicklung des Konsums eines Landes	Mikro- ökonomie untersucht das Wirt- schaftsver- halten von Wirtschafts- subjekten z.B. das Verhalten der Haushalte, Unternehmen	Wirtschafts- politik befasst sich mit der Gestaltung der Wirt- schafts- ordnung, z.B. Geld-, Struktur-, Konjunktur-, Wettbe- werbspolitik

Wirtschaftssubjekte, Wirtschaftsobjekte, Wirtschaftsbereiche

Wirtschaftssubjekte

- alle natürlichen Personen und
- juristischen Personen, die am Wirtschaftsleben teilnehmen

Wirtschaftsobjekte

- Güter (Sachgüter, Dienstleistungen, Faktorleistungen),
- Forderungen (Geld, Wertpapiere)

Wirtschaftsbereiche

- primär: Land- Forstwirtschaft, Fischerei, Bergbau
- sekundär: Industrie und Handwerk
- tertiär: Handels-, Dienstleistungsbetriebe, Kredit-, Versicherungswirtschaft, Bildung, Kultur, Gesundheit

Notwendigkeit des Wirtschaftens

Unbegrenzte menschliche Bedürfnisse und begrenzte Güter bilden die Ausgangspunkte des Wirtschaftens.

- Die menschlichen **Bedürfnisse** sind nahezu **unbegrenzt**.
- Die zur Bedürfnisbefriedigung geeigneten Mittel stehen demgegenüber nur in begrenzter Menge zur Verfügung und unterliegen damit der **Knappheit**.
- Es besteht die **Knappheit** der **Ressourcen** zur Produktion von Gütern. Verwendungskonkurrenz bei der Produktion von Gütern um die knappen volkswirtschaftlichen Produktionsfaktoren Arbeit, Boden und Kapital.
- Es besteht die **Knappheit** der produzierten Güter. Individuen in einer Volkswirtschaft wollen ihre nahezu unbegrenzten Bedürfnisse mit einer Kombination der knappen Güter befriedigen.

Bedürfnis = Empfindung eines Mangels mit dem Bestreben, diesen Mangel zu beseitigen.

Bedürfnisse können nach ihrer Bedeutung für die Existenz des Individuums unterteilt werden in:

1. Grund- bzw. Existenzbedürfnisse (Primärbedürfnisse, Grundbedürfnisse)
2. Kulturbedürfnisse (Unterhaltung, Bildung, Urlaub)
3. Luxusbedürfnisse (Weltreise, Sportwagen)

Bedürfnisse sind:

- subjektiv
- von der Gesellschaft beeinflusst
- Änderungen unterworfen

Bedürfnispyramide

- Bedürfnissebenen nach Abraham Maslow (1908-1970)

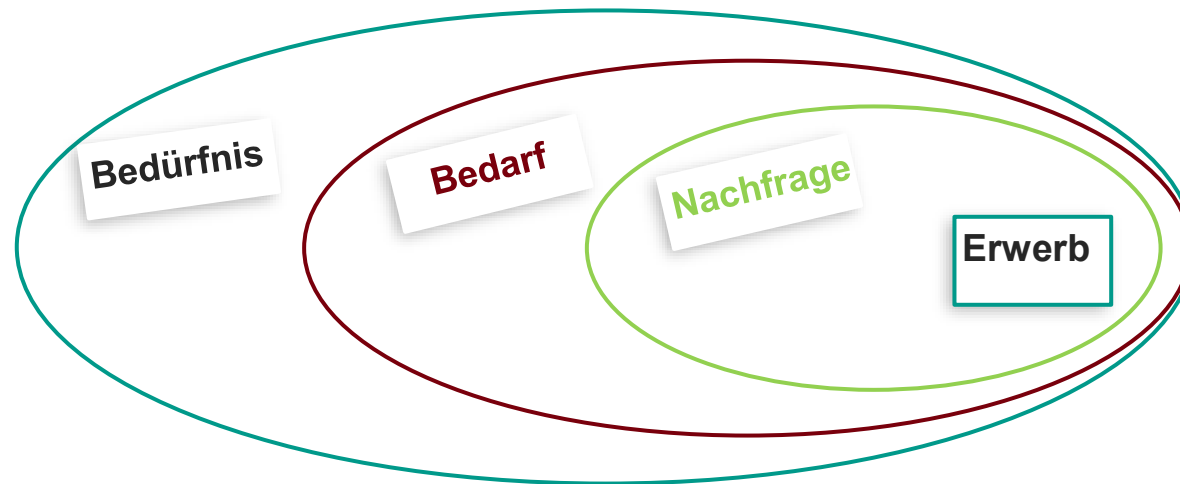


Bedürfnis, Bedarf und Nachfrage

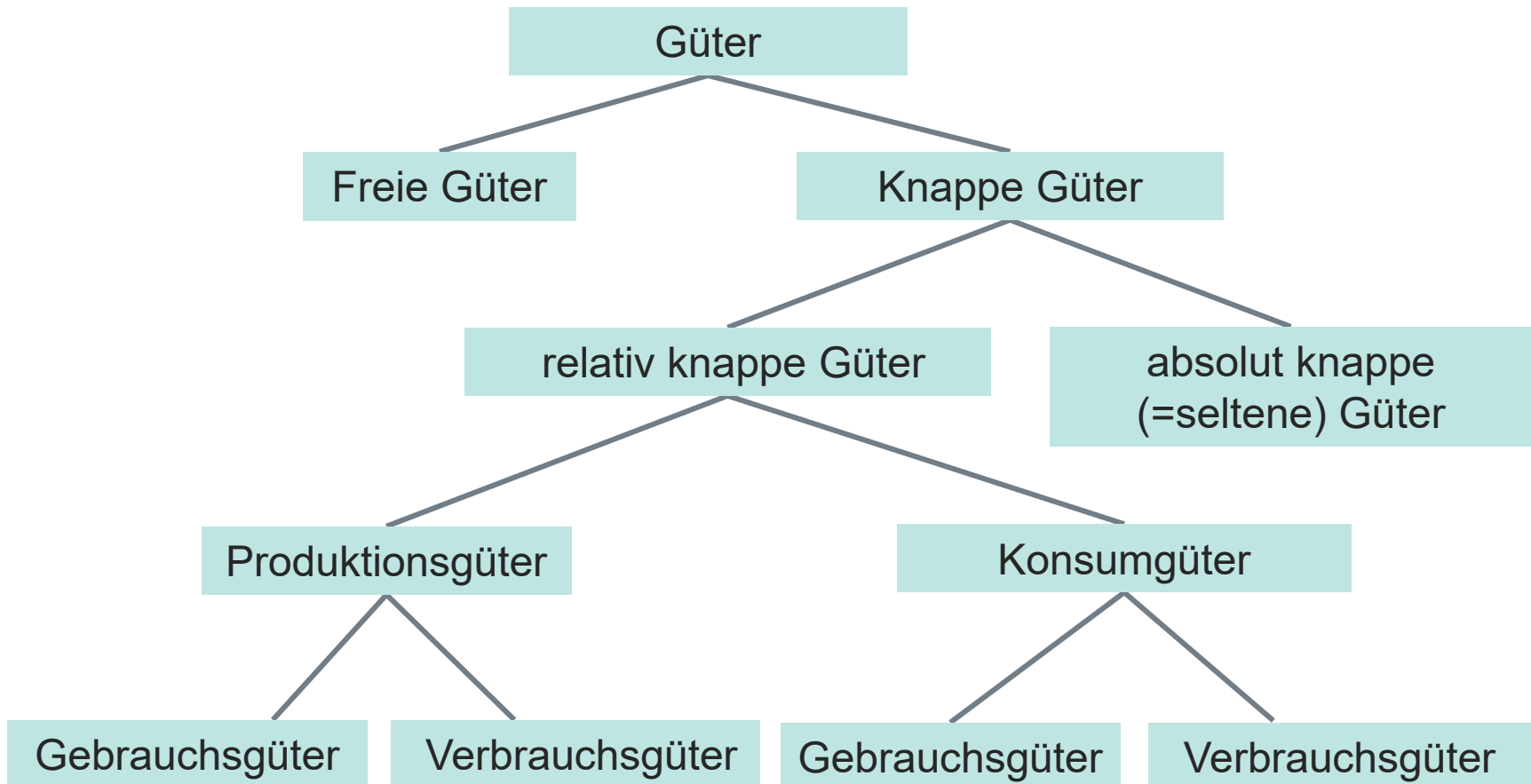
Bedarf = ist die Summe aller durch einen Kaufwunsch und durch Kaufkraft (Einkommen, Vermögen) abgestützter Bedürfnisse.

Nachfrage = ist der auf dem Markt tatsächlich realisierte Bedarf.

Erwerb = am Markt wirksam werdende Nachfrage (Anschaffung)



Güter = geeignete Mittel zur Bedürfnisbefriedigung
Überblick über die Güterarten:





• **Freie und wirtschaftliche Güter**



• **Materielle und immaterielle Güter**



• **Reproduzierbare und nichtreproduzierbare Güter**



• **Digitale und non-digitale Güter**



• **Komplementäre Güter und Güterbeziehungen**



• **Homogene und heterogene Güter**



• **Superiore und inferiore Güter**

Öffentliche und private Güter

Als öffentliche Güter gelten jene Mittel der Bedürfnisbefriedigung, die von einer Vielzahl von Wirtschaftssubjekten in Anspruch genommen bzw. konsumiert werden können, ohne dass es dabei zu Rivalisierungen kommt. Derartige Güter sind zum Beispiel Fernseh- und Rundfunksendungen.

Private Güter sind demgegenüber Güter, deren Ge- oder Verbrauch nur durch ein einziges oder nur durch wenige Wirtschaftssubjekte (private Haushalte, Unternehmen u. a.) erfolgt und deren Erwerb sich über organisierte Märkte vollzieht (siehe Lebensmittel, Kleidung, Auto, Computer ...)

Materielle und immaterielle Güter

Materielle Güter sind stofflicher Natur. Die zu ihrer Herstellung getätigten Aufwendungen sind mess- bzw. zählbar und damit volks- und betriebswirtschaftlich bewertbar (Herstellungskosten bzw. Preis). Materielle Güter sind Investitionsgüter (Gebäude, Maschinen, Anlagen usw.) oder Konsumgüter (Lebensmittel, Kleidung, technische Konsumgüter u. a.).

Immaterielle Güter weisen keine stoffliche Substanz auf. Zu den immateriellen Wirtschaftsgütern gehören zum Beispiel marktlich verwertete Rechte wie Patente, Lizenzen sowie Software.

Reproduzierbare und nichtreproduzierbare Güter

Reproduzierbare Güter können immer wieder hergestellt werden
z. B. Lebensmittel, Bücher, Computer, Autos

Nichtreproduzierbare Güter sind Originale, die es in ihrer Art nur einmal gibt und die bei Verlust oder Beschädigung nicht wieder reproduziert werden können
z. B. Gemälde von Rembrandt, Picasso usw...

Digitale und non-digitale Güter

Mit dem Übergang zum Handel von Gütern über elektronische Märkte hat sich eine weitere Gütersystematisierung ergeben:

Digitale Güter existieren - wie der Name schon sagt - nur in digitalisierter Form, sie haben als Güter keinen gegenständlichen, physischen Anteil.

Beispiele: Software-Produkte; Abfrage einer Online-Datenbank, an elektronischen Börsen gehandelte Wertpapiere.

Non-digitale Güter umfassen die Gruppen der semi-digitalen, der semi-physischen und der rein physischen Güter.

Komplementäre Güter und Güterbeziehungen

Komplementäre Güter sind alle jene Mittel, die sich in ihrer Nutzung **ergänzen** bzw. sogar nur in Verbindung mit einem anderen Gut einen Gebrauchswert haben.

Als komplementäre Güter zählen zum Beispiel alle Güter, die nur als Paare sinnvoll genutzt werden können (Schuhe, Handschuhe, Strümpfe).

Ferner sind Fotoapparate und Filme sowie Autos und Kraftstoffe komplementäre Güter.

Bei komplementären Gütern hat die sog. Kreuzpreiselastizität besondere Bedeutung, denn steigt beispielsweise der Preis für Kraftstoffe über eine "Schmerzgrenze", geht die Nachfrage nach Autos zurück.

Substitutive Güter und Güterbeziehungen

Substitutive Güter besitzen Eigenschaften, die sie - aus der Sicht der Bedürfnisbefriedigung - **austauschbar** machen.

So sind im Lebensmittelbereich Kaffee und Tee sowie Butter und Margarine substitutive Güter. Zieht bei einem Gut (z. B. bei Kaffee) der Preis kräftig an, so weichen Nachfrager erfahrungsgemäß auf das betreffende substitutive Gut (hier Tee) aus.

Homogene und heterogene Güter

Homogene Güter sind nach Ansicht des Käufers **gleichartig** und kaum differenzierbar z. B. Äpfel einer bestimmten Sorte oder Flüssigkeiten. Für einen Anbieter homogener Güter ist es daher schwierig, Vorzüge "seines" Produkts dem potenziellen Käufer sichtbar zu machen. Der Wettbewerb ist hier daher sehr ausgeprägt.

Heterogene Güter wie Autos, Computer u. a. zeigen demgegenüber eindeutig erkennbare Unterschiede in Form, Design und Funktionalität auf.

Superiore und inferiore Güter

Steigt bei wachsendem Einkommen die nachgefragte Menge nach einem Gut G, dann bezeichnen wir dieses als ein Nichtsättigungs-Gut = **superiores Gut**. Dies betrifft zum Beispiel die Nachfrage nach Fernsehgeräten mit High-Tech-Zusatz.

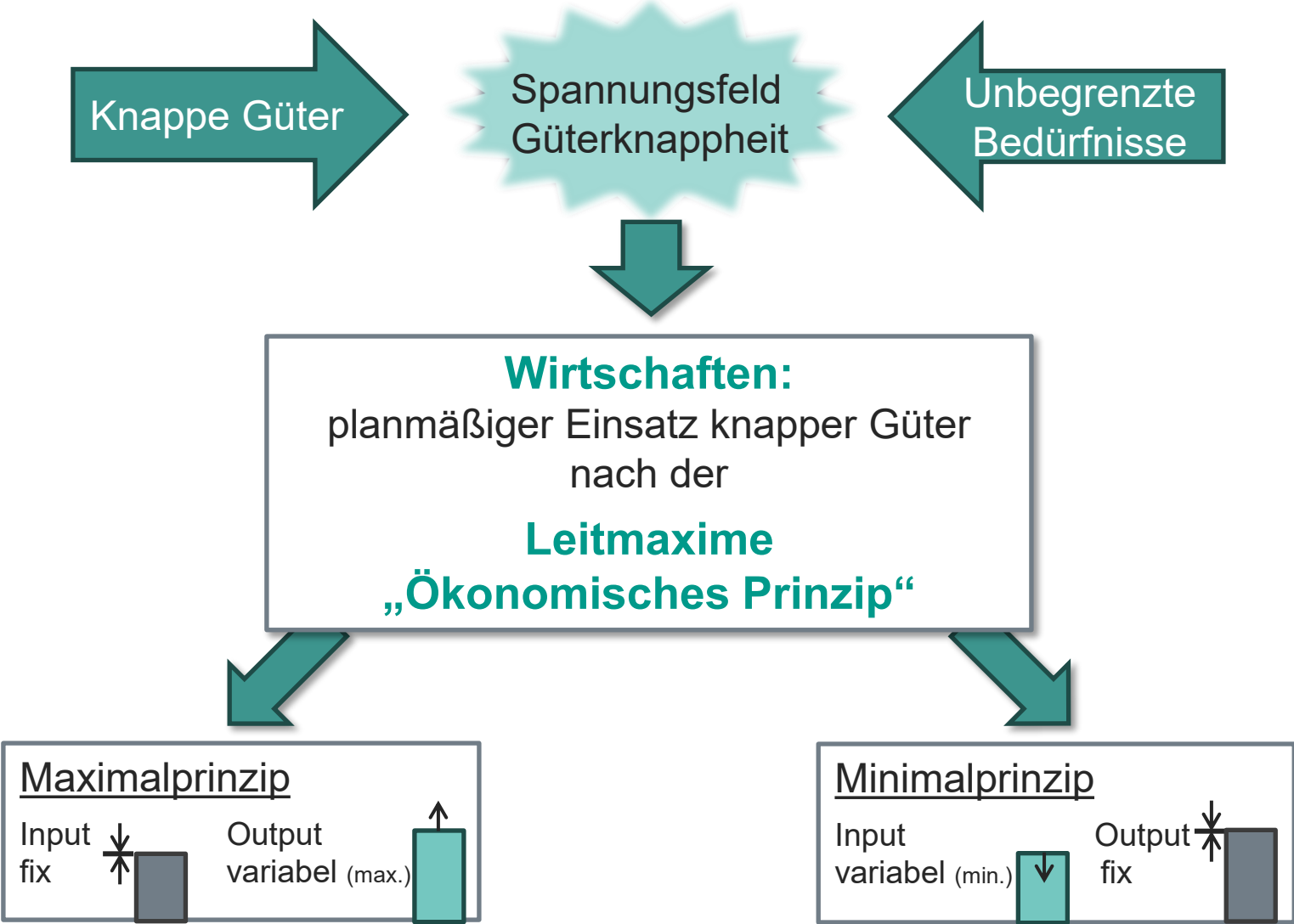
Sinkt dagegen bei wachsendem Einkommen die nachgefragte Menge nach einem Gut G, dann bezeichnen wir dieses als ein Sättigungs-Gut = **inferiores Gut**. Dies betrifft zum Beispiel die Nachfrage nach Schwarz-Weiß-Fernsehgeräten.

Lösung des Grundproblems der Knappheit

- Wenn knappe Güter zur Bedürfnisbefriedigung oder zur Erzielung einer Produktionsleistung von rational handelnden Marktteilnehmern (homo oeconomicus) eingesetzt werden, dann agieren diese nach dem ökonomischen Prinzip.
- **Maximalprinzip**
- **Minimalprinzip**
- **Optimumprinzip**

Wirtschaften

Ökonomisches Prinzip



Ökonomisches Prinzip

Der planmäßige Einsatz der knappen Güter zur Bedürfnisbefriedigung bedeutet konkret:

- **Maximalprinzip**

Die **knappen Güter (Fixpunkt)** müssen so eingesetzt werden, dass damit eine **möglichst hohe Bedürfnisbefriedigung** erreicht wird.

bzw.

- **Minimalprinzip**

Eine bestimmte **gewünschte Bedürfnisbefriedigung (Fixpunkt)** soll mit dem **geringsten Einsatz an knappen Gütern** erreicht werden.

Lösung des Grundproblems der Knappheit

- Die Knappheit der Güter zwingt die Marktteilnehmer zu wirtschaften und Entscheidungen über alternative Verwendungsmöglichkeiten zu treffen.
- Die Auswahl einer bestimmten Bedürfnisbefriedigung mit den knappen Gütern ist stets verbunden mit dem Verzicht auf eine Alternative, d.h. die Befriedigung eines anderen Bedürfnisses.
- Für die Befriedigung eines Bedürfnisses muss die Befriedigung eines anderen Bedürfnisses aufgegeben werden.
- Individuen müssen beim Wirtschaften also mit Zielkonflikten, sogenannten „Trade-offs“, umgehen.
- Der Indikator der Knappheit eines Gutes ist der Preis.

Ökonomisches Prinzip

- Wenn die Mittel zur Bedürfnisbefriedigung knapp sind, bedeutet die Auswahl einer bestimmten Bedürfnisbefriedigung mit den knappen Gütern stets den Verzicht auf eine Alternative, d.h. die Befriedigung eines anderen Bedürfnisses.
- Für die Befriedigung eines Bedürfnisses muss die Befriedigung eines anderen Bedürfnisses aufgegeben werden.

„There is no such thing as a free lunch.“ (Milton Friedman)

- Individuen müssen beim Wirtschaften also mit Zielkonflikten, sogenannten „Trade-offs“, umgehen.

Ökonomisches Prinzip; Menschen müssen mit Trade-offs umgehen

Um eine bestimmte Bedürfnisbefriedigung zu erhalten, muss eine andere Bedürfnisbefriedigung aufgegeben werden:

- Konsumentenentscheidung: Urlaub vs. Waschmaschine
- Arbeitnehmerentscheidung: Freizeit vs. Arbeitszeit
- Konsumentenentscheidung: Neues Auto vs. neues Bad
- Unternehmerentscheidung: Bau eines neuen Werks vs. Verbesserung des alten Werkes

Entscheidungen zu treffen bedeutet, die Erreichung eines Ziels gegen die Erreichung eines anderen Ziels abzuwägen.

Ökonomisches Prinzip und Opportunitätskosten

- Um Entscheidungen zu treffen, müssen Wirtschaftssubjekte Kosten und Nutzen von Alternativen vergleichen.
- Die Kosten einer Bedürfnisbefriedigung liegen in dem, was man aufgeben muss, um sie zu erhalten.

Opportunitätskosten

Die Bedürfnisbefriedigung, die man aufgibt, um eine andere Bedürfnisbefriedigung zu erhalten.

Absolute Produktivitäten, absoluter Kostenvorteil, Arbeitsteilung?

Absolute Produktivitäten

	Fleisch	Gemüse
Max	6 h pro kg	1,5 h pro kg
Moritz	2 h pro kg	1 h pro kg

Selbstversorgung:

Individuelle Produktionsmöglichkeiten = individuelle Konsummöglichkeiten

Im Beispiel:

Moritz ist absolut gesehen besser in beiden Produktionen.

Er hat einen absoluten Kostenvorteil bei beiden Produkten.

Frage:

Lohnt sich dennoch Arbeitsteilung für beide?

Autarkie vs. Arbeitsteilung: Beispiel

Selbstversorgung:
Konsummöglichkeiten
Produktionsmöglichkeiten

=

48 h Produktion	Fleisch (24 h)	Kartoffeln (24 h)
Max	4 kg (24 h)	16 kg (24 h)
Moritz	12 kg (24 h)	24 kg (24 h)

Produktion in Arbeitsteilung

	Fleisch	Kartoffeln
Max	0 kg (0 h)	32 kg (48 h)
Moritz	18 kg (36 h)	12 kg (12 h)

Handel

Produktion	Fleisch	Kartoffeln
Max	kauft 5 kg	verkauft 15 kg
Moritz	verkauft 5 kg	kauft 15 kg

Arbeitsteilung und Handel:
Konsummöglichkeiten
Produktionsmöglichkeiten

>

	Fleisch	Kartoffeln
Max	5 kg	17 kg
Moritz	13 kg	27 kg

Komparativer Kostenvorteil und Opportunitätskosten

Fazit des Beispiels: obwohl Moritz alles besser produzieren kann, lohnt sich Arbeitsteilung. Grund?

Unterschiede in relativen Produktivitäten = Opportunitätskosten

	1 zusätzliches kg Fleisch	1 zusätzliches kg Gemüse
Max	4 kg Gemüse	0,25 kg Fleisch
Moritz	2 kg Gemüse	0,5 kg Fleisch

Wenn Max Fleisch produziert, muss die Gesellschaft auf 4 kg Gemüse verzichten.
Produziert Moritz Fleisch, muss die Gesellschaft nur auf 2 kg Gemüse verzichten.
→ Moritz hat einen komparativen Kostenvorteil bei der Gemüseproduktion.

Wenn Max Gemüse produziert, muss die Gesellschaft auf 0,25 kg Fleisch verzichten.
Produziert Moritz Gemüse, muss die Gesellschaft auf 0,5 kg Fleisch verzichten.
→ Max hat einen komparativen Kostenvorteil bei der Fleischproduktion.

**Absoluter Kostenvorteil ist nicht relevant für Frage nach Arbeitsteilungsvorteil!
Komparativer Kostenvorteil zählt!**

Beispiel:

Moritz hat geringere Opportunitätskosten der Gemüseproduktion.

Max hat geringere Opportunitätskosten der Fleischproduktion.

- Der Produzent mit den geringeren Opportunitätskosten einer Produktion hat den komparativen Kostenvorteil.
- Komparativer Kostenvorteil liegt vor, wenn es Unterschiede in Opportunitätskosten zwischen den Produzenten eines Gutes gibt.

Wichtige Ökonomen, die über Arbeitsteilung und Handel gearbeitet haben:

Adam Smith (1723-1790): An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations (1776)

David Ricardo (1772-1823): Principles of Political Economy and Taxation (1816); entwickelte Idee des komparativen Kostenvorteils

Motivation und Allokation

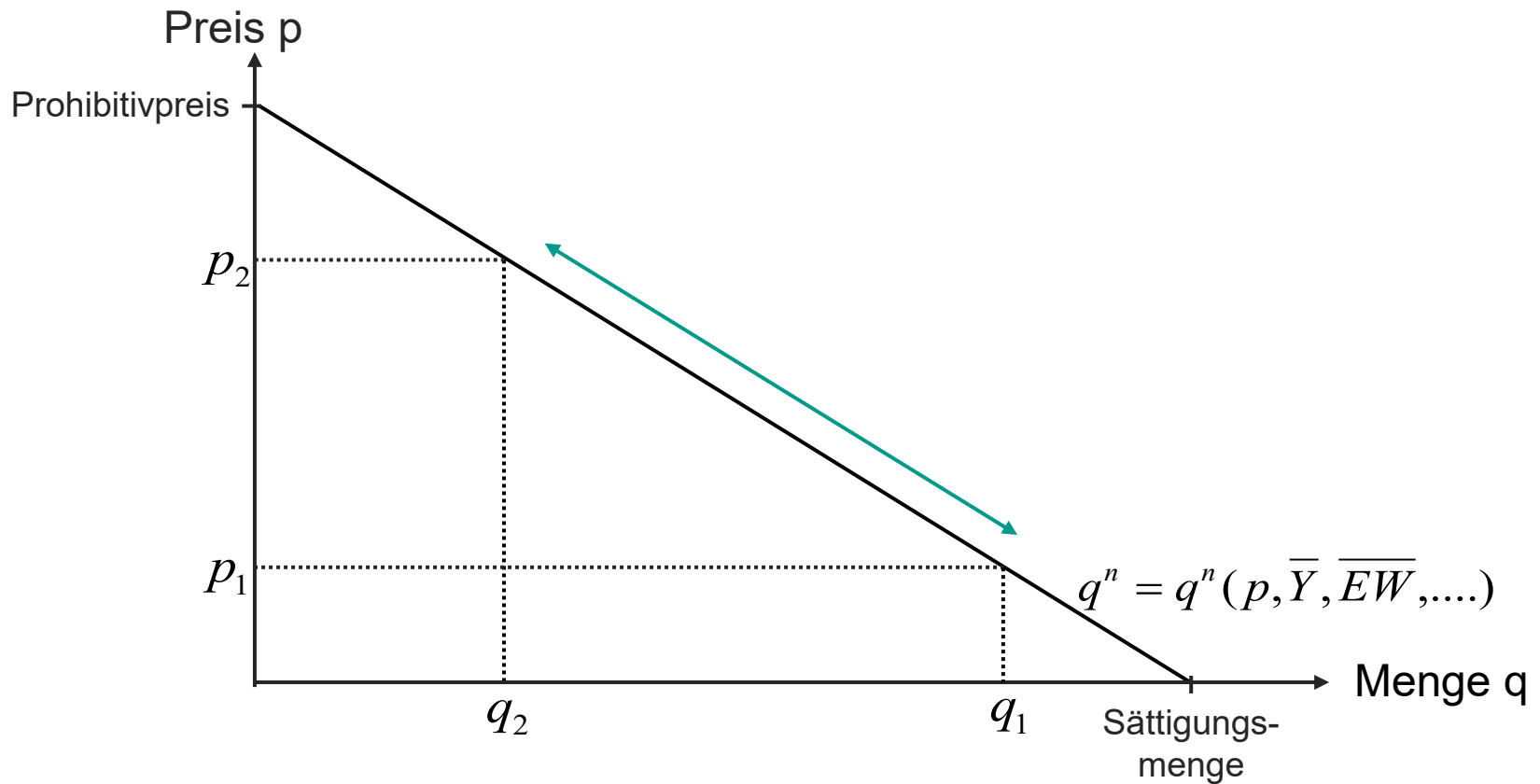
- **Herrscht Arbeitsteilung, müssen in Gesellschaft Motivations- und Koordinationsprobleme gelöst werden.**
- Marktwirtschaften: spezifischer Ansatz zur Lösung von Motivationsproblemen und Koordinationsproblemen.
- Marktwirtschaften zeichnen sich aus durch:
 - Privateigentum an den Produktionsmitteln zur Lösung des Motivationsproblems
 - Dezentrale Planungs- und Koordinationssysteme auf Märkten zur Lösung des Koordinationsproblems
- Im Gegensatz dazu arbeiten etwa Zentralverwaltungswirtschaften mit zentralen Planungen und Staatseigentum an den Produktionsmitteln.

Determinanten der Nachfrage

- Die nachgefragte Menge eines Gutes ist abhängig vom Preis eines Gutes und von anderen Faktoren
- Diese anderen Faktoren sind z. B. das Einkommen der Haushalte, ihre Zukunftserwartungen, der Preis anderer Güter, die Präferenzen der Haushalte und weitere Faktoren
- Die ökonomische Analyse erfolgt ceteris paribus, d. h. alle „anderen Faktoren“, die sog. Lageparameter der Nachfragekurve, werden als konstant angenommen
- Man betrachtet also die Veränderung der nachgefragten Menge bei einer Änderung des Preises des Gutes
- Ceteris paribus sinkt mit steigendem Preis die nachgefragte Menge eines Gutes und umgekehrt

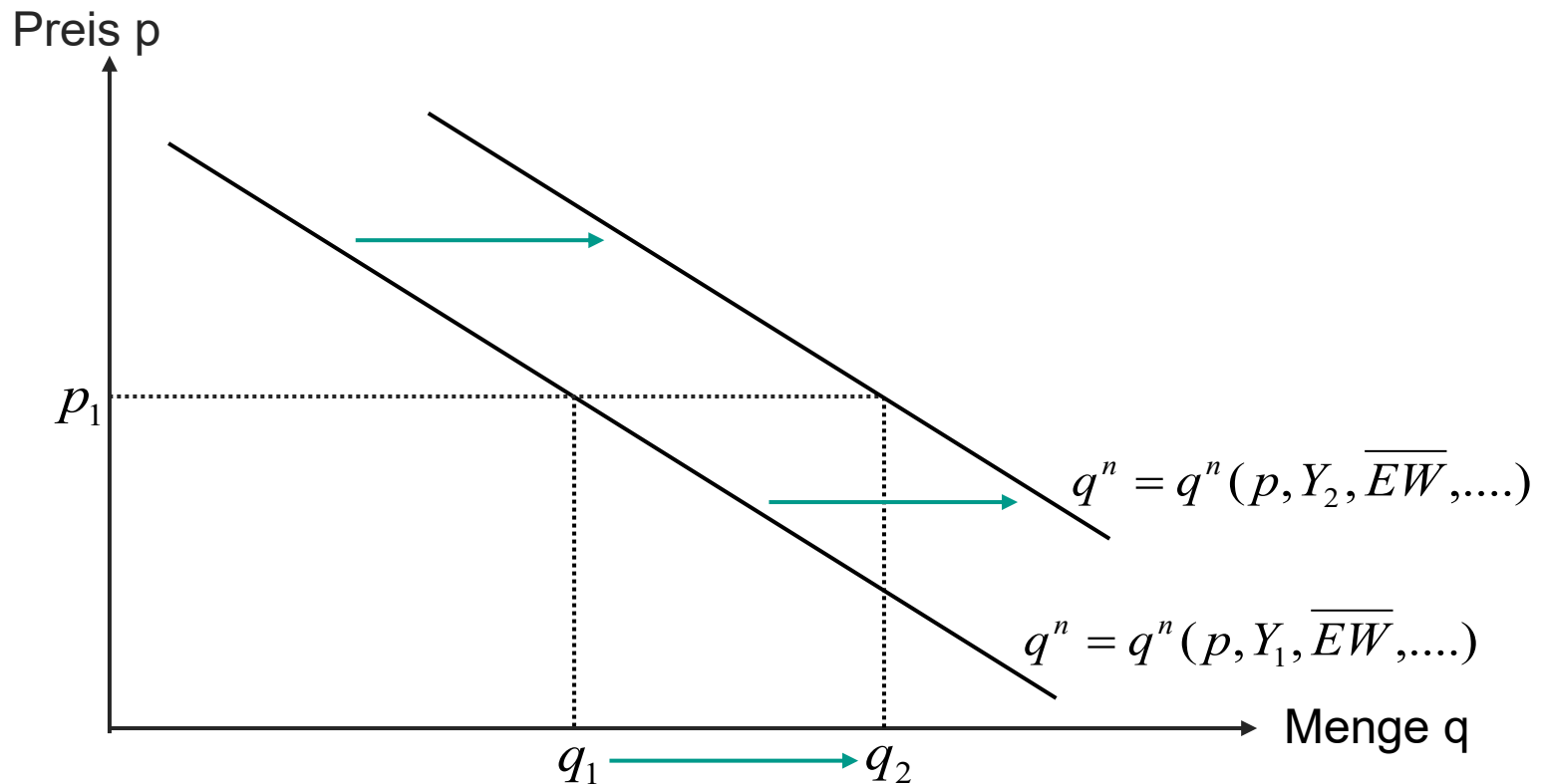
Nachfragekurve – vereinfachte Darstellung

- Wenn der Preis sich verändert, verändert sich die nachgefragte Menge eines Gutes.
- Die Bewegung erfolgt auf der Kurve.



Lageparameter der Nachfragekurve

- Veränderungen der Lageparameter der Nachfragekurve führen zu Verschiebungen der Kurve.
- Beispielsweise führt ein **steigendes verfügbares Einkommen** der Haushalte zu einer **steigenden nachgefragten Menge** bei einem bestimmten Preis.

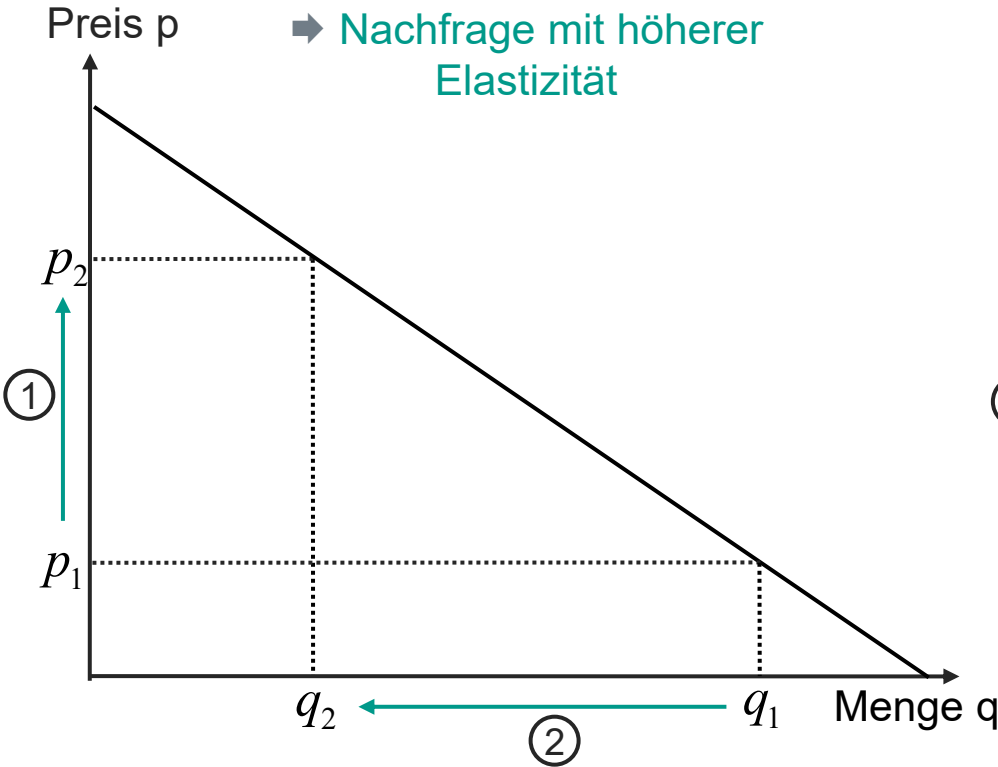


Elastizität der Nachfragekurve

Je nach Verlauf der Nachfragekurve hat eine bestimmte Preiserhöhung i.d.R. eine bestimmte Nachfragemengenreduktion zur Folge.

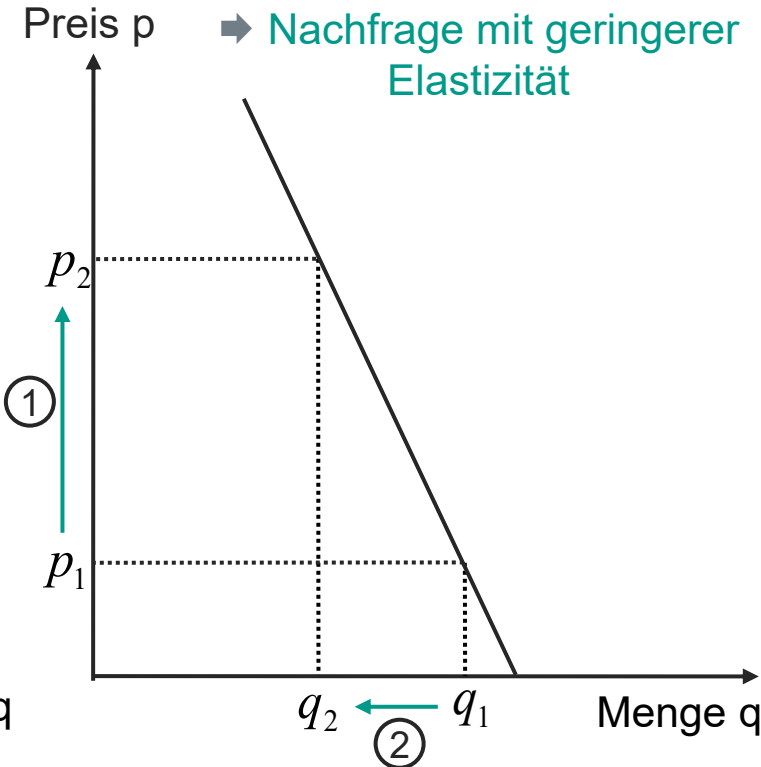
Hohe Mengenreduktion bei bestimmter Preiserhöhung:

➔ Nachfrage mit höherer Elastizität



Geringe Mengenreduktion bei bestimmter Preiserhöhung:

➔ Nachfrage mit geringerer Elastizität



Preiselastizität der Nachfrage

sagt aus, um wieviel sich die nachgefragte Menge relativ gesehen verändert, wenn der Preis relativ gesehen steigt.

$$\varepsilon_{q,p} = \frac{\frac{\Delta q}{q}}{\frac{\Delta p}{p}} = \frac{\text{Relative Mengenänderung}}{\text{Relative Preisänderung}}$$

Wenn

$\varepsilon_{q,p} < -1$ Nachfrage reagiert elastisch

$\varepsilon_{q,p} = -1$ Nachfrage reagiert proportional elastisch

$0 > \varepsilon_{q,p} > -1$ Nachfrage reagiert unelastisch

Preiselastizität

Die Kreuzpreiselastizität der Nachfrage (auch indirekte Preiselastizität der Nachfrage) ist ein **Maß für die Verbundenheit von zwei Märkten**. Sie gibt Aufschluss über die Reaktion der Nachfrage nach einem Gut aufgrund der Preisänderung eines anderen Gutes.

$$\varepsilon_{q_{D,i}, p_j} = \frac{\frac{\Delta q_{D,i}}{q_{D,i}}}{\frac{\Delta p_j}{p_j}}$$

Die Formel der Kreuzpreiselastizität der Nachfrage lautet also (ε = Kreuzpreiselastizität)

ε = % Änderung der Nachfragemenge nach Gut i / % Änderung des Preises von Gut j

Folgende Fälle sind zu unterscheiden: (ε =)

$\varepsilon < 0$ komplementäre Güter

$\varepsilon > 0$ substitutive Güter

$\varepsilon = 0$ unverbundene Güter

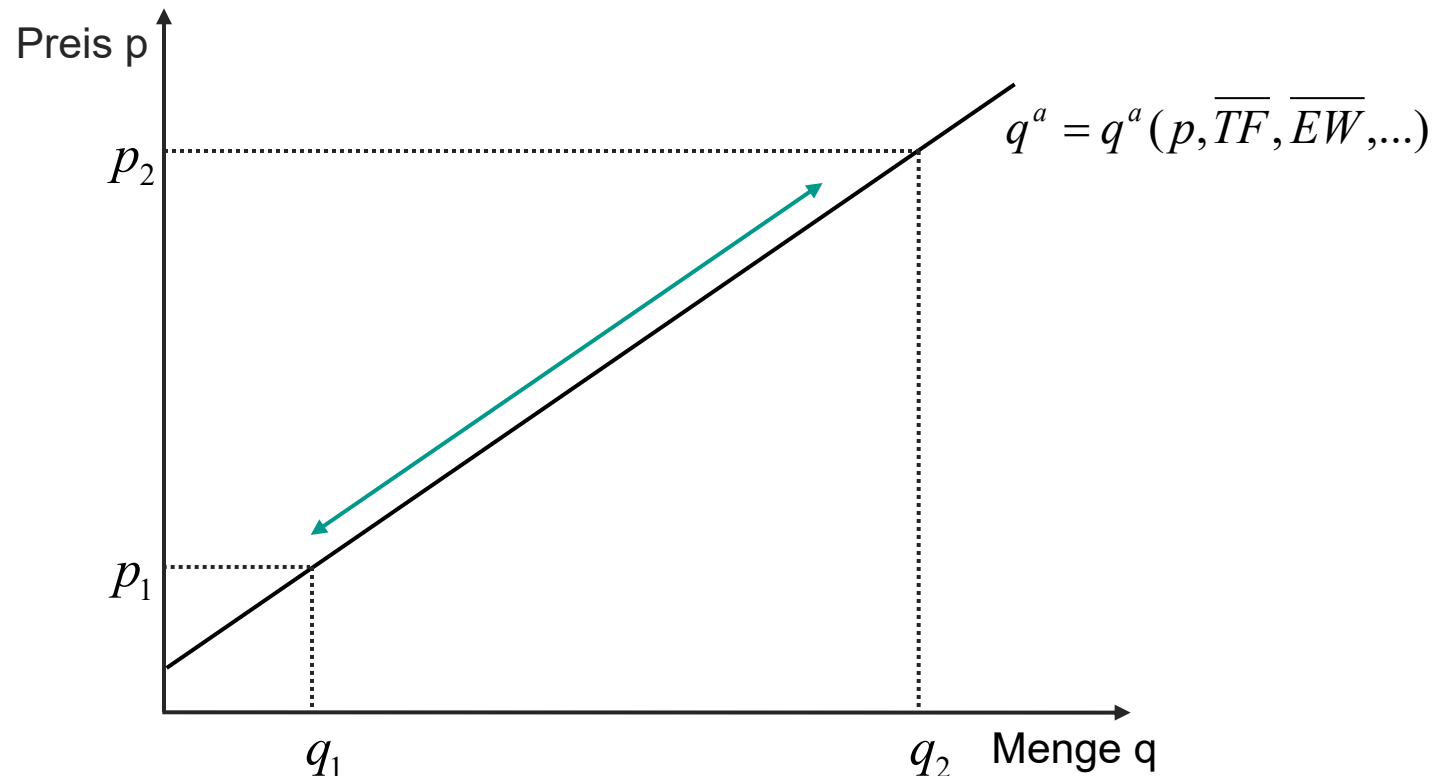
- Substitute haben eine positive Kreuzpreiselastizität
- Komplementärgüter haben eine negative Kreuzpreiselastizität

Determinanten des Angebots

- Die angebotene Menge eines Gutes ist abhängig vom Preis eines Gutes und von anderen Faktoren.
- Diese anderen Faktoren sind z. B. die Erwartungen der Anbieter, der technische Fortschritt und weitere Faktoren.
- Die ökonomische Analyse erfolgt ceteris paribus, d. h. alle „anderen Faktoren“, die sog. Lageparameter der Angebotskurve, werden als konstant angenommen.
- Man betrachtet die Veränderung der angebotenen Menge bei einer Änderung des Preises des Gutes.
- Ceteris paribus steigt mit steigendem Preis die angebotene Menge eines Gutes und umgekehrt.

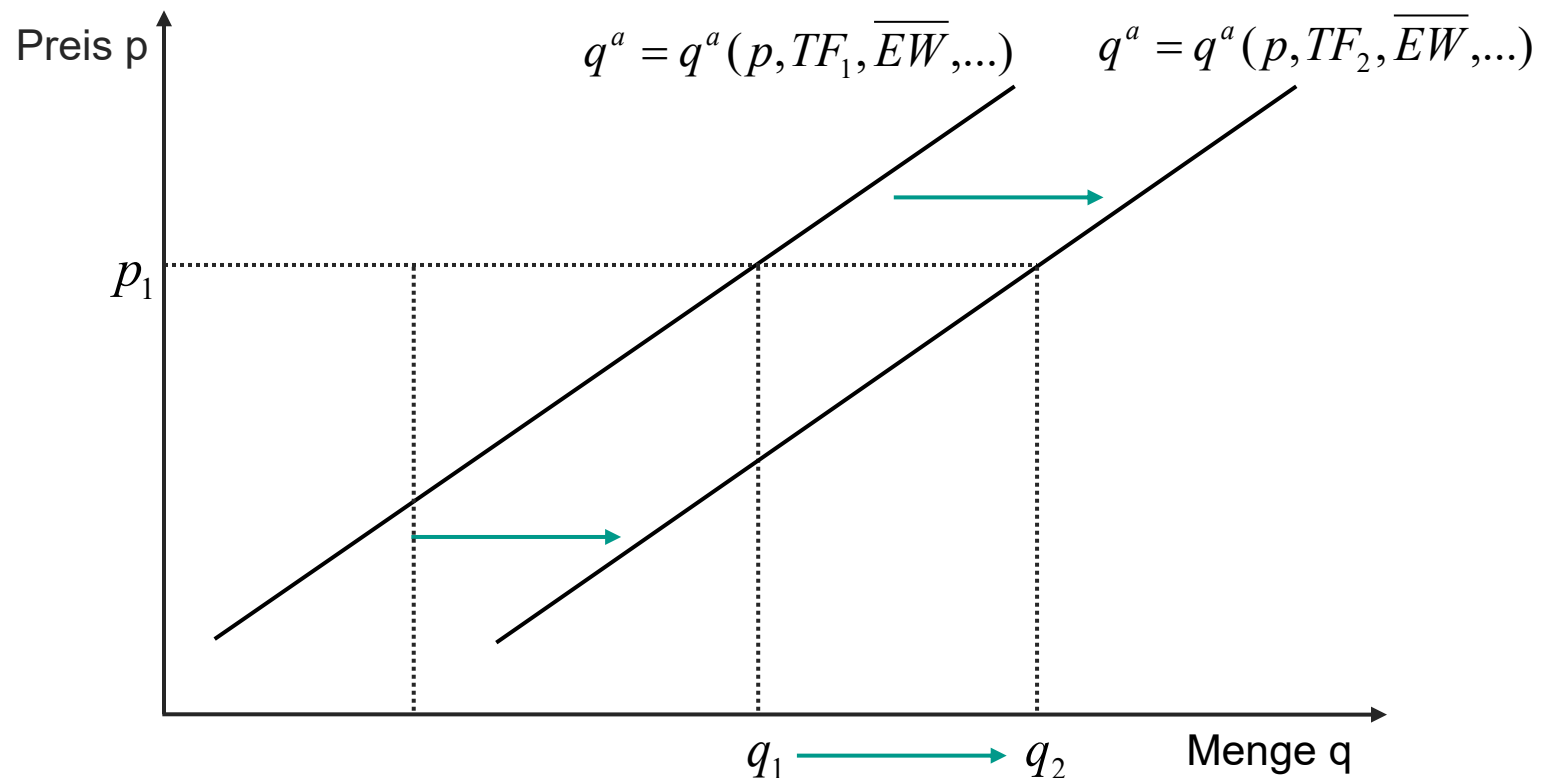
Angebotskurve und Preisveränderungen

- Mit steigendem Preis steigt die angebotene Menge eines Gutes und umgekehrt.
- Die Bewegung erfolgt auf der Kurve.



Lageparameter der Angebotskurve

- Veränderungen der Lageparameter der Angebotskurve führen zu Verschiebungen der Kurve.
- Durch **technischen Fortschritt** etwa kann zu **einem bestimmten Preis eine erhöhte Menge** angeboten werden.

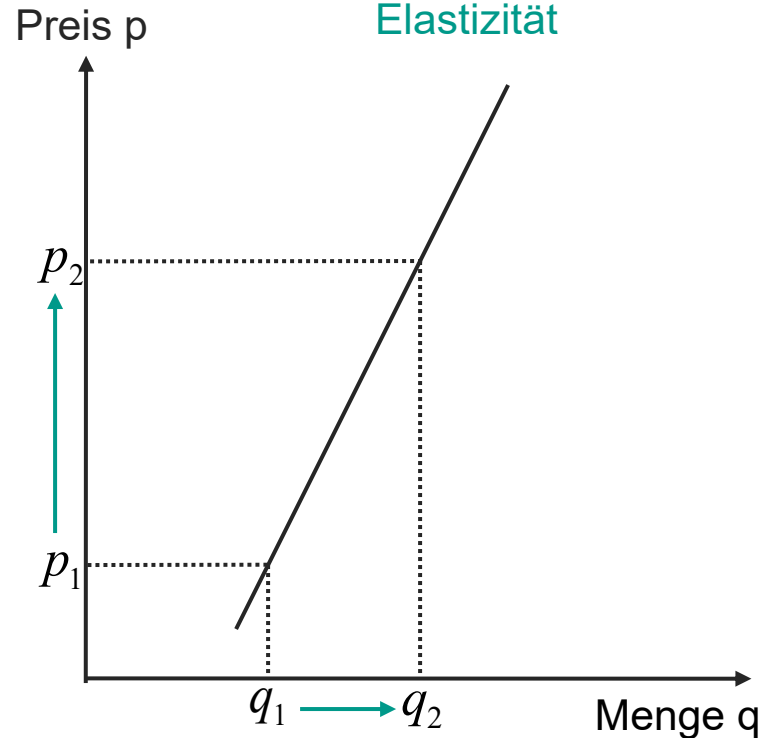


Elastizität der Angebotskurve

Die Preiselastizität des Angebots zeigt sich in der Steigung der Angebotskurve.

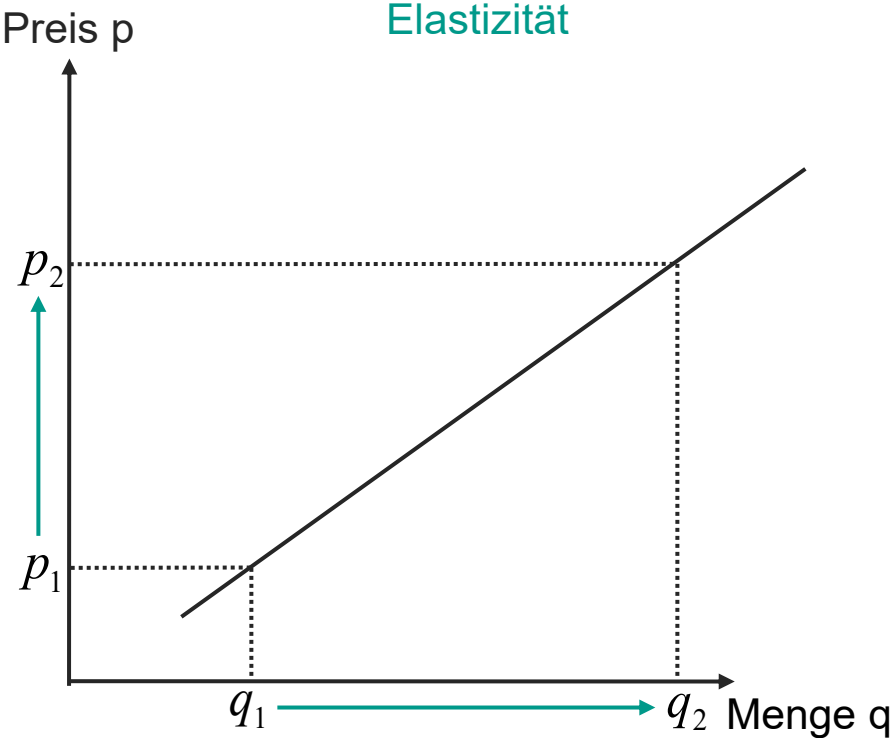
Kleine Mengenerhöhung bei bestimmter Preiserhöhung:

➡ Angebot mit geringerer Elastizität



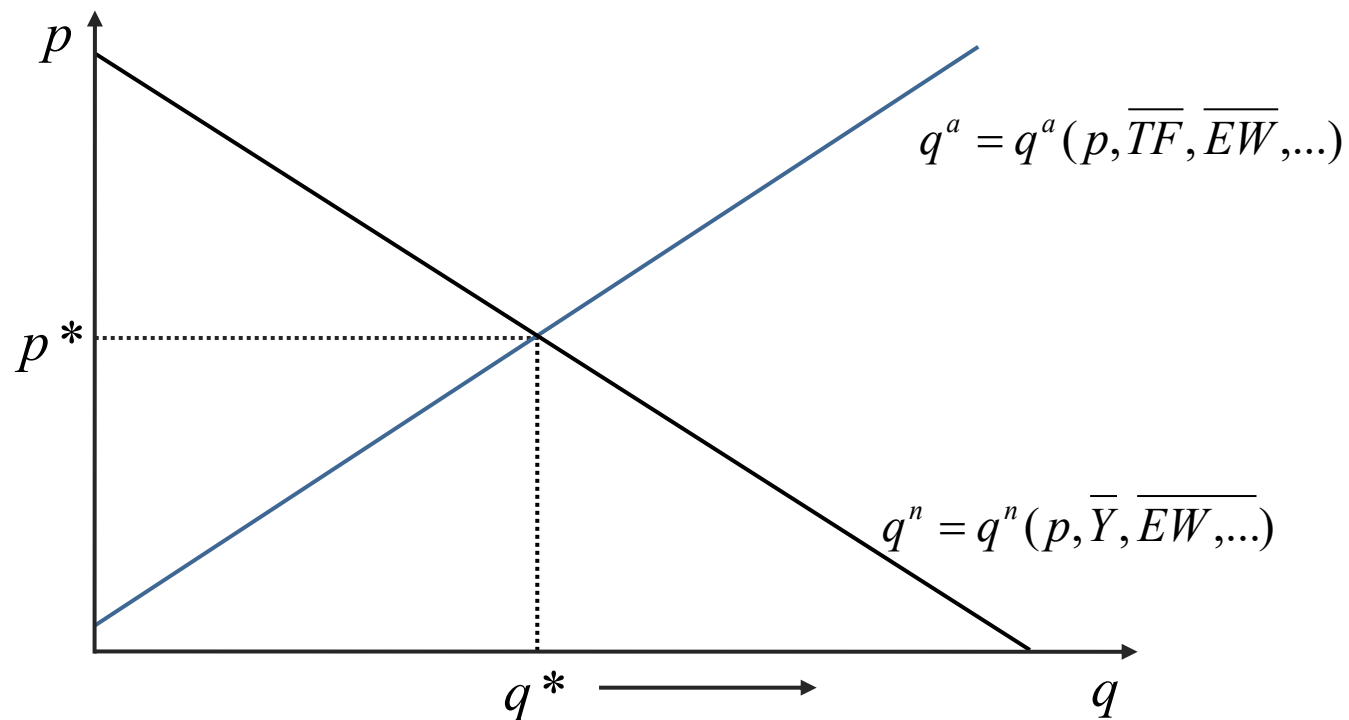
Große Mengenerhöhung bei bestimmter Preiserhöhung:

➡ Angebot mit höherer Elastizität



Marktgleichgewicht und Preis

- Durch das Zusammenspiel von Angebot und Nachfrage bildet sich ein Gleichgewicht aus gleichgewichtigem Preis und gleichgewichtiger Menge.
- Der **markträumende Gleichgewichtspreis** bringt die Bedürfnisbefriedigungswünsche der Nachfrager mit den Gewinnerzielungswünschen der Anbieter in Einklang.



Funktionsweise von Märkten: Nachfrage

- Die **Marktnachfrage** repräsentiert die Zahlungsbereitschaft der Individuen.
 - Sie zeigt, wie viel die Individuen bereit sind, von einem anderen Gut wegzugeben, um das gehandelte Gut (ceteris paribus) zu erhalten.
 - Die Zahlungsbereitschaft und damit die Nachfrage zeigt also, wie hoch die Nachfrager ihre Bedürfnisbefriedigung aus dem Gut einschätzen.
- Auf einem freien Markt kommen diejenigen Nachfrager am wahrscheinlichsten zum Zuge, deren Zahlungsbereitschaft am höchsten ist, **die also die höchste Bedürfnisbefriedigung aus dem Gut haben.**

Funktionsweise von Märkten: Angebot

- Das **Marktangebot** repräsentiert die Kosten der Produktion.
 - Es zeigt, wie viel die Unternehmen mindestens von einem anderen Gut haben wollen, um bereit zu sein, das produzierte Gut wegzugeben.
 - Das Marktangebot zeigt also, wie viele knappe Ressourcen eingesetzt werden mussten, um das Gut (ceteris paribus) herzustellen.
- Auf einem freien Markt kommen diejenigen Anbieter am wahrscheinlichsten zum Zuge, deren Produktionskosten am geringsten sind, **die also am wirtschaftlichsten produziert haben.**
- Auf einem freien Markt wird das Lenkungsproblem durch den Ausgleich von Angebot und Nachfrage über den Gleichgewichtspreis gelöst.

Funktionsweise von Märkten: Marktpreise

- Zum Gleichgewichtspreis wird zu den existierenden Angebots- und Nachfragewünschen die größtmögliche Menge des Gutes gehandelt.
- Angebotene und nachgefragte Menge stimmen überein, der Markt wird geräumt.
- **Der Marktpreis zeigt, wie knapp das Gut relativ gesehen ist.**
- **Der Marktpreis fungiert als Knappheitsindikator.**

Vollkommener Markt

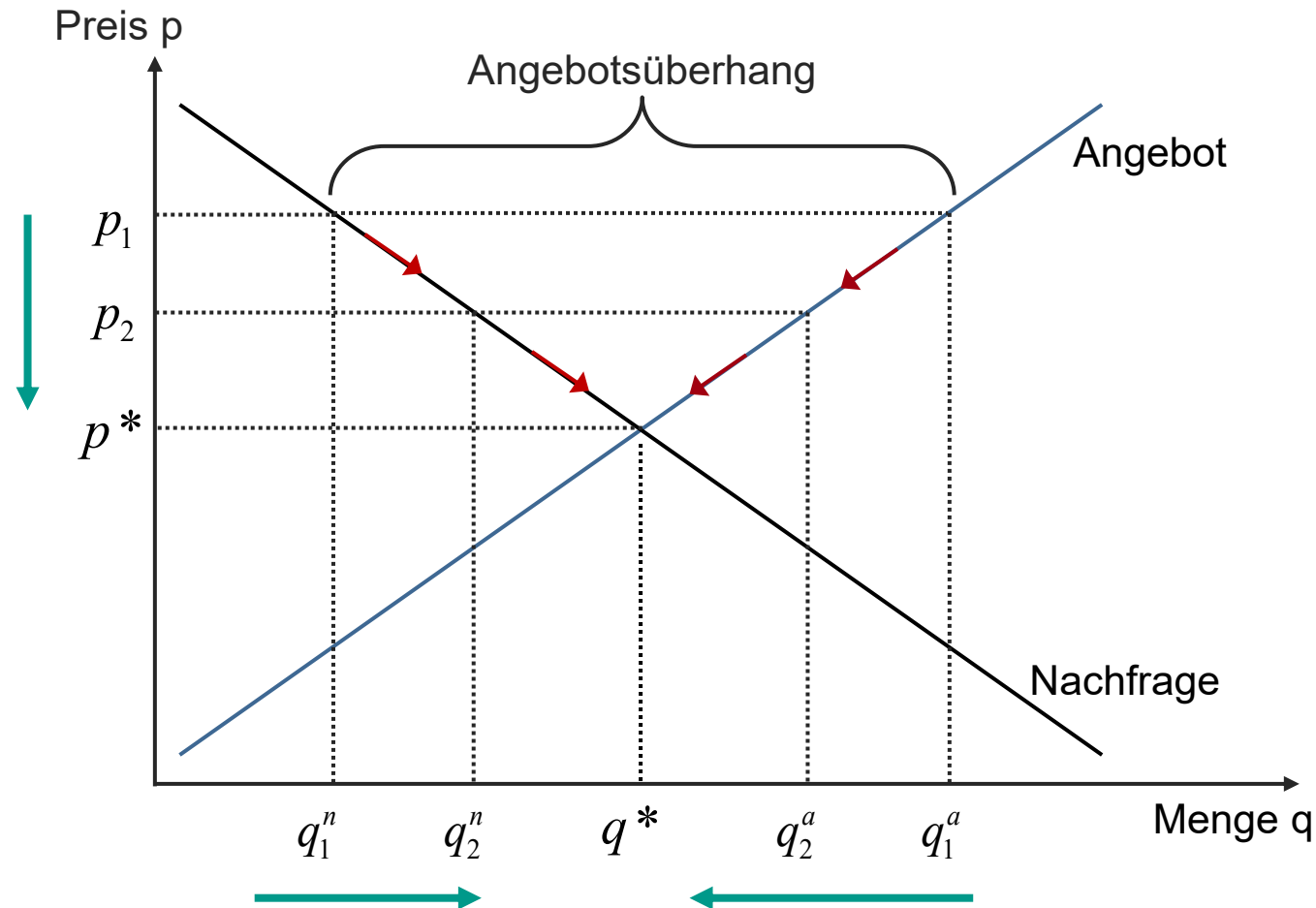
Die Lösung von Allokations-, Koordinations- und Kontrollproblemen durch Märkte setzt theoretisch voraus, dass Märkte vollkommen sind.

Bedingungen für vollkommene Märkte:

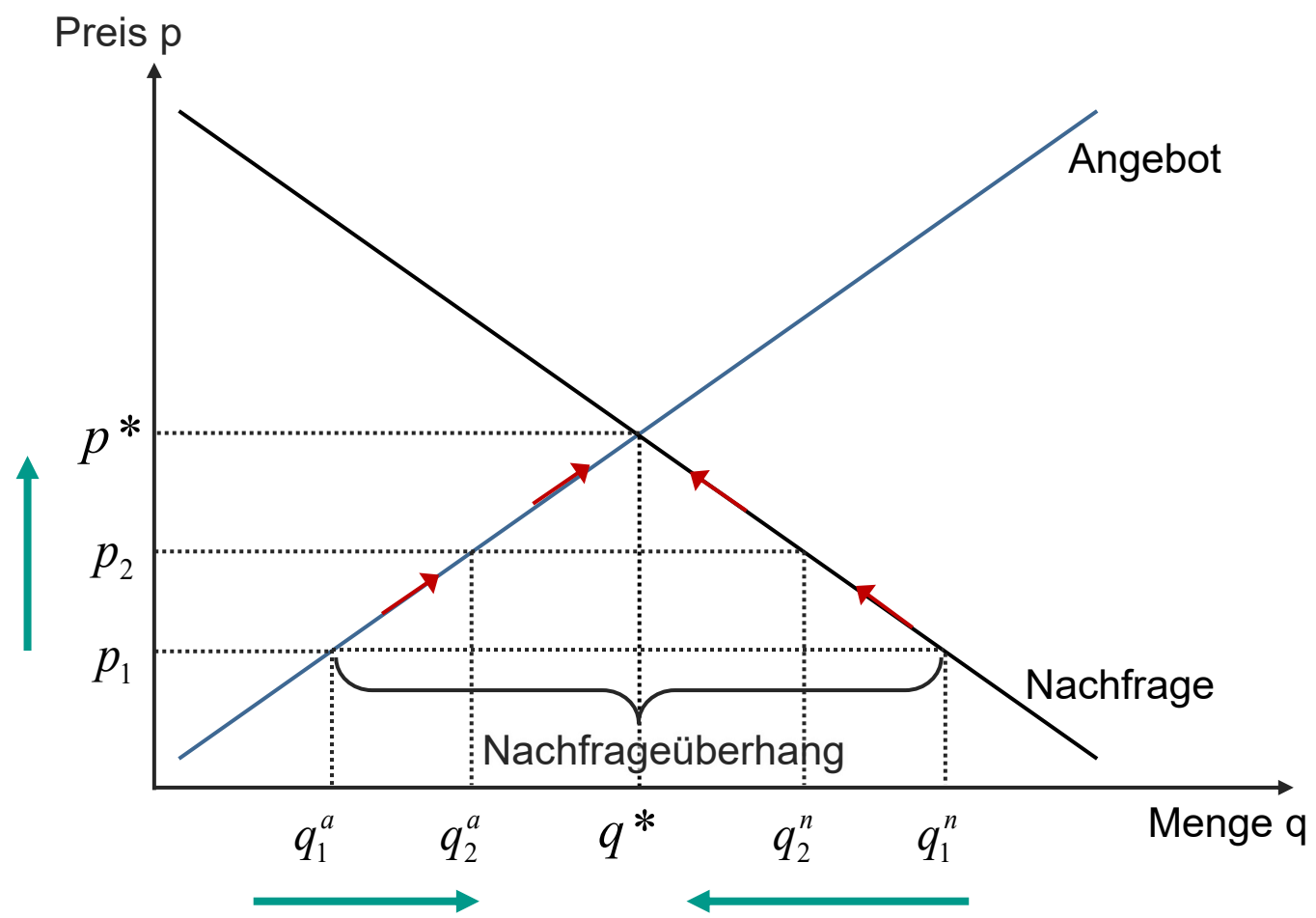
1. Keine Marktzugangsbeschränkungen
2. Keine Marktausgangsbeschränkungen
3. Homogenität des Gutes
4. Vollkommene Markttransparenz
5. Unendliche Reaktionsgeschwindigkeit
6. Keine persönlichen, räumlichen oder zeitlichen Präferenzen

Das Konzept des vollkommenen Marktes dient lediglich als ein theoretischer Referenzwert der ökonomischen Analyse.

Angebotsüberhang und Tendenz zum Gleichgewicht

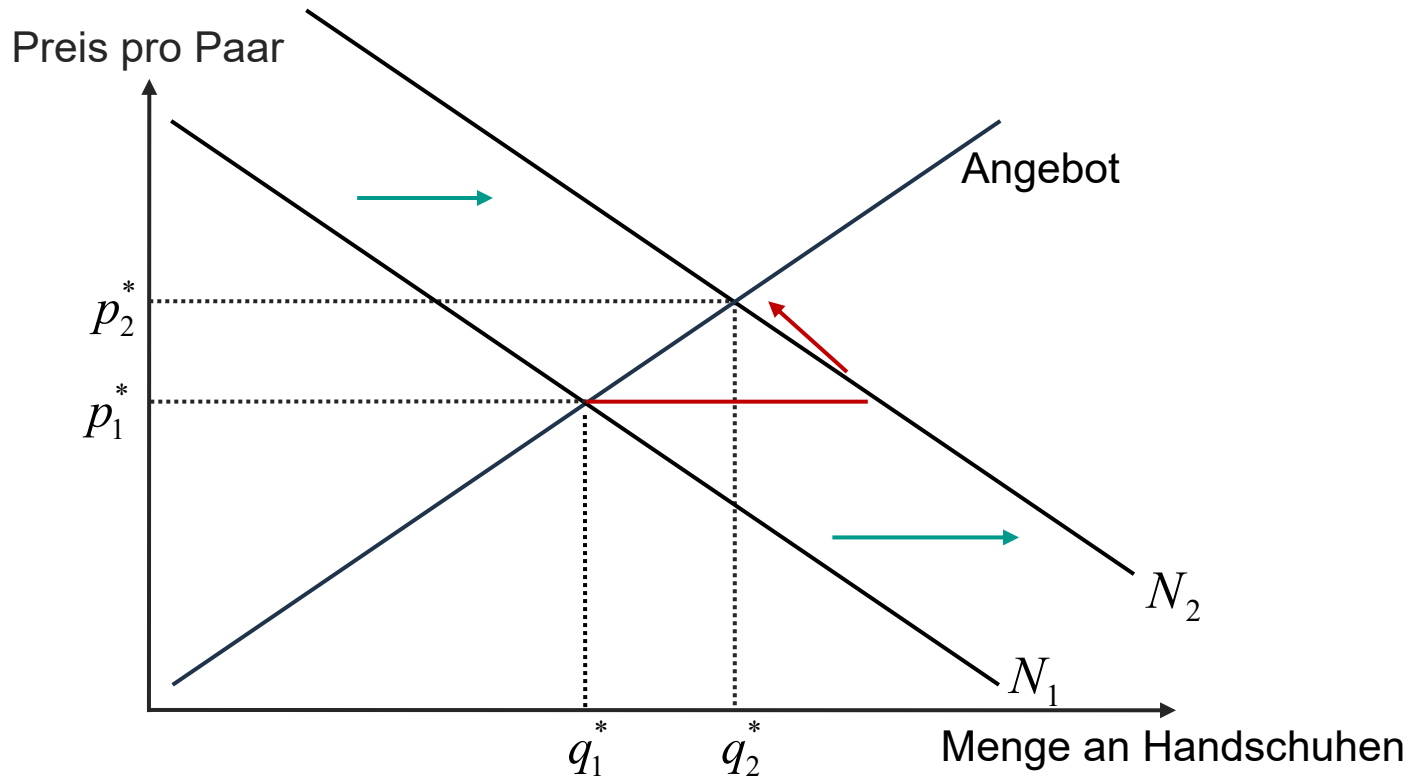


Nachfrageüberhang und Tendenz zum Gleichgewicht



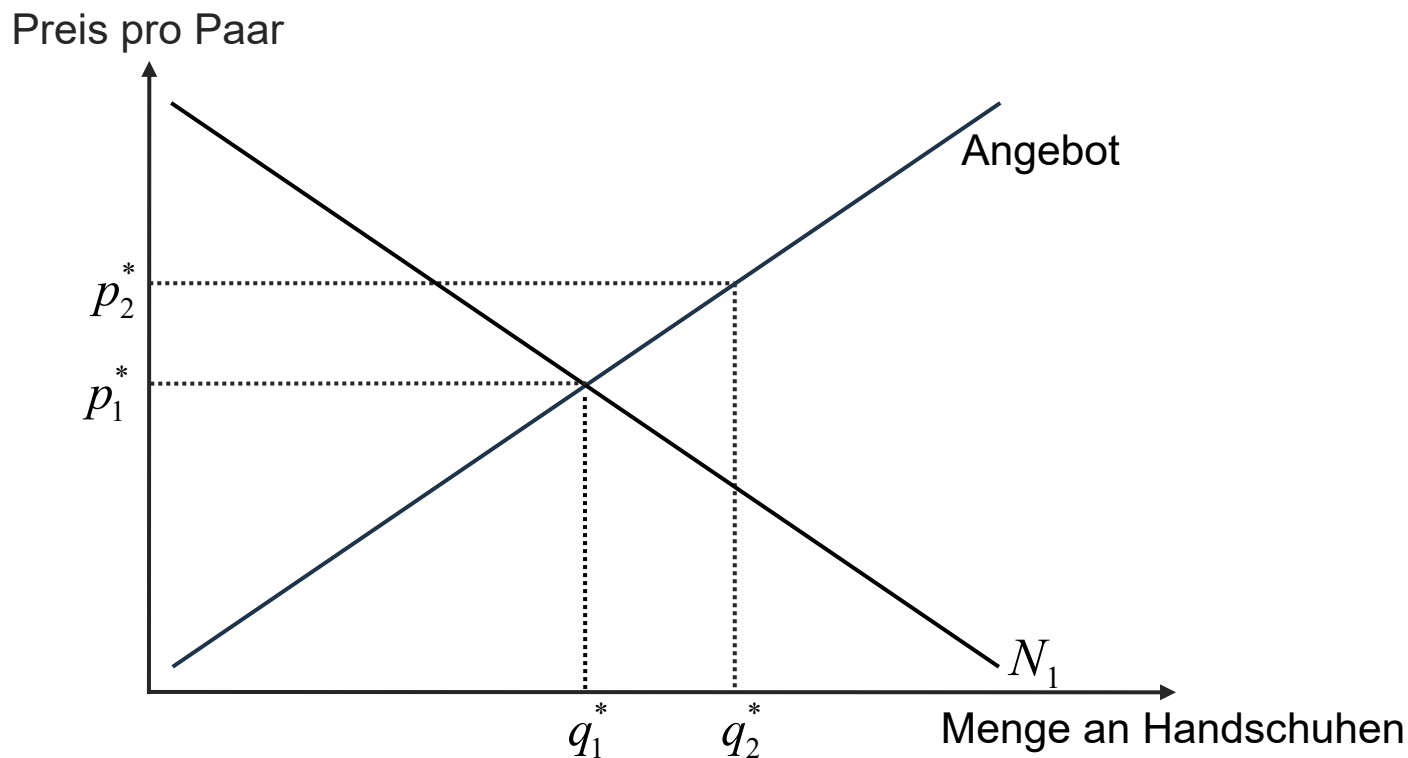
Beispiel Nachfrageveränderung

- Ein unerwartet kalter Winter lässt die Nachfrage nach Handschuhen steigen.
- Zu jedem Preis wird nun eine größere Menge an Handschuhen nachgefragt.
- Die gestiegene Nachfrage führt zu einem **steigenden Gleichgewichtspreis** und zu einer **steigenden Gleichgewichtsmenge**.



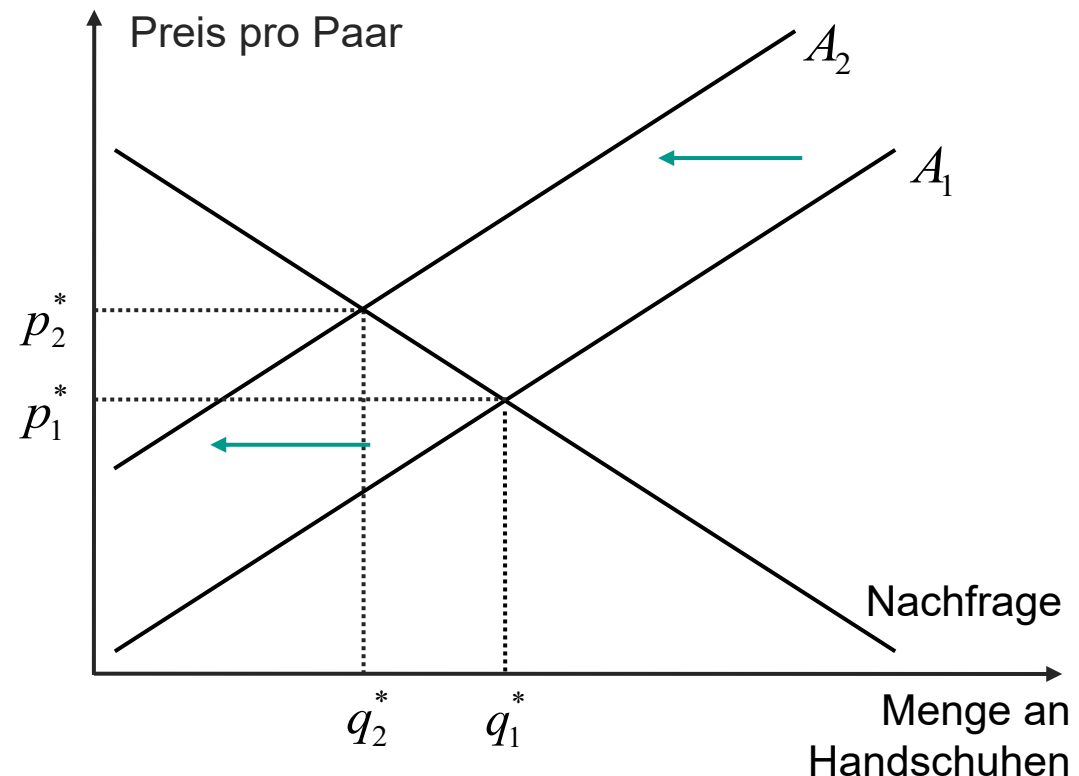
Beispiel Nachfrageveränderung

- Ein unerwartet kalter Winter lässt die Nachfrage nach Handschuhen steigen.
- Zu jedem Preis wird nun eine größere Menge an Handschuhen nachgefragt.
- Die gestiegene Nachfrage führt zu einem **steigenden Gleichgewichtspreis** und zu einer **steigenden Gleichgewichtsmenge**.



Beispiel Angebotsveränderung

- Aufgrund von Verstößen gegen Umweltschutzgesetze werden mehrere Handschuhfabriken geschlossen.
- Zu jedem Preis verringert sich die produzierte und angebotene Menge an Handschuhen.
- Das gesunkene Angebot führt zu einem steigenden Gleichgewichtspreis und zu einer sinkenden Gleichgewichtsmenge.

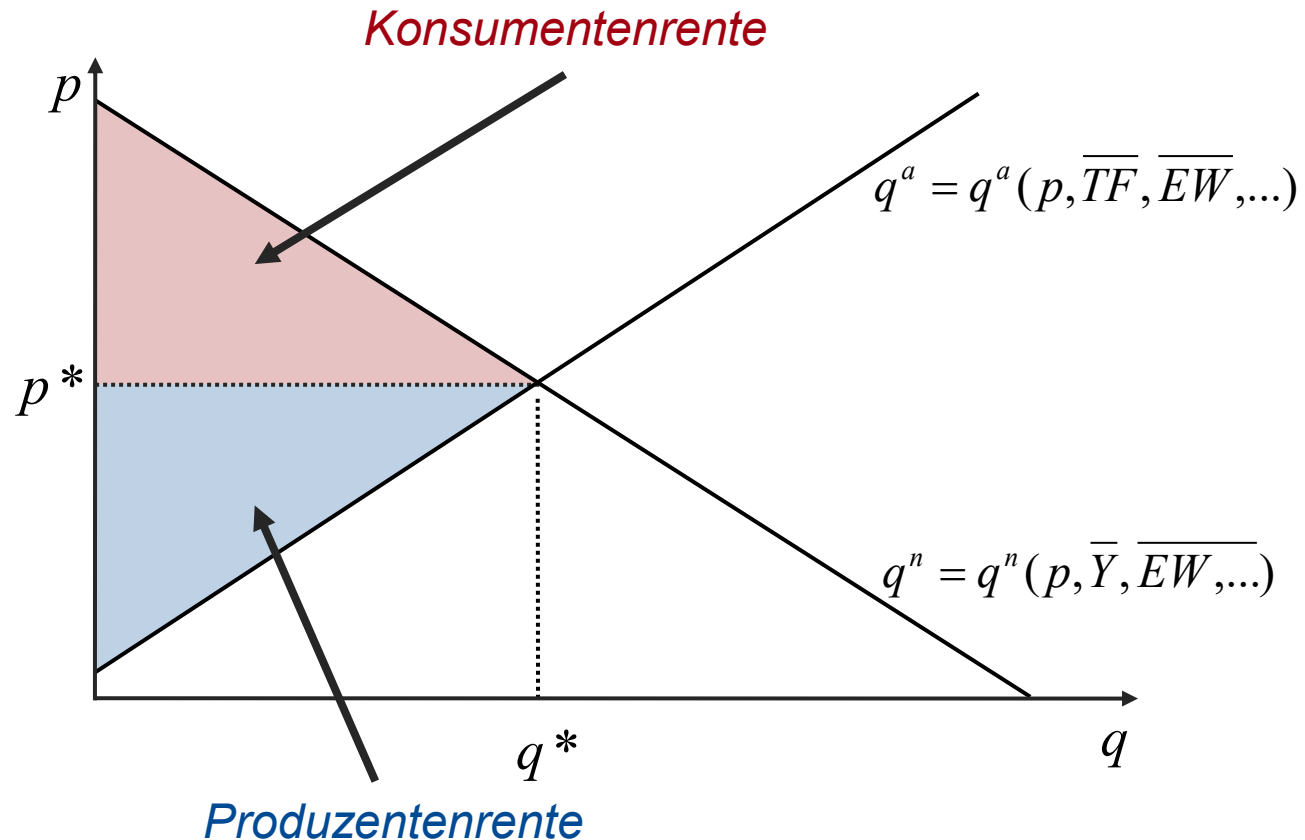


Renten und Wohlfahrt

- Das Marktgleichgewicht hat eine optimale Bedürfnisbefriedigung für Konsumenten und Produzenten zur Folge, d. h. eine maximale Wohlfahrt für die Gesellschaft.
- Die Wohlfahrt aus dem Markttausch für die Konsumenten wird mit Hilfe der **Konsumentenrente** gemessen.
- Die Konsumentenrente berechnet sich als Differenz zwischen der maximalen Zahlungsbereitschaft der Konsumenten und dem tatsächlich auf dem Markt gezahlten Preis.
- Die Wohlfahrt aus dem Markttausch für die Produzenten wird mit Hilfe der **Produzentenrente** gemessen.
- Die Produzentenrente berechnet sich als Differenz zwischen dem mindestens verlangten Preis und dem tatsächlich auf dem Markt erhaltenen Preis.

Renten und Wohlfahrt – Grafische Darstellung

Die gesellschaftliche Wohlfahrt durch die Marktkoordination bestimmt sich als Summe aus Konsumentenrente und Produzentenrente, dem sogenannten **sozialen Überschuss**.



**Produktionsfaktoren = Güter und Leistungen,
die zur Herstellung anderer Güter und
Leistungen nötig sind.**

- **volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren**
- **betriebswirtschaftliche Produktionsfaktoren**

Volkswirtschaftliche Produktionsfaktoren:

- **Boden:**

Er ist absolut knapp; er ist nicht vermehrbar.

Unter Boden versteht man die wirtschaftlich genutzte Fläche.

- Abbau von Rohstoffen und Energievorkommen
- Anbau der Landwirtschaft
- Standort für Unternehmen

- **Arbeit:**

Menschliche Arbeit, d.h. geistige, körperliche und schöpferische Tätigkeit, zielt auf den Erwerb von Einkommen.

- **Kapital:**

Durch das Zusammenspiel von Boden und Arbeit entsteht Kapital. Kapitalbildung ist nur durch Sparen und Investition möglich.

Betriebswirtschaftliche Produktionsfaktoren:

▪ **Betriebsmittel**

- materielle Betriebsmittel: Grundstück, Maschine, Werkzeug,
- immaterielle Betriebsmittel: Information, Lizenzen, Rechte

▪ **Werkstoffe**

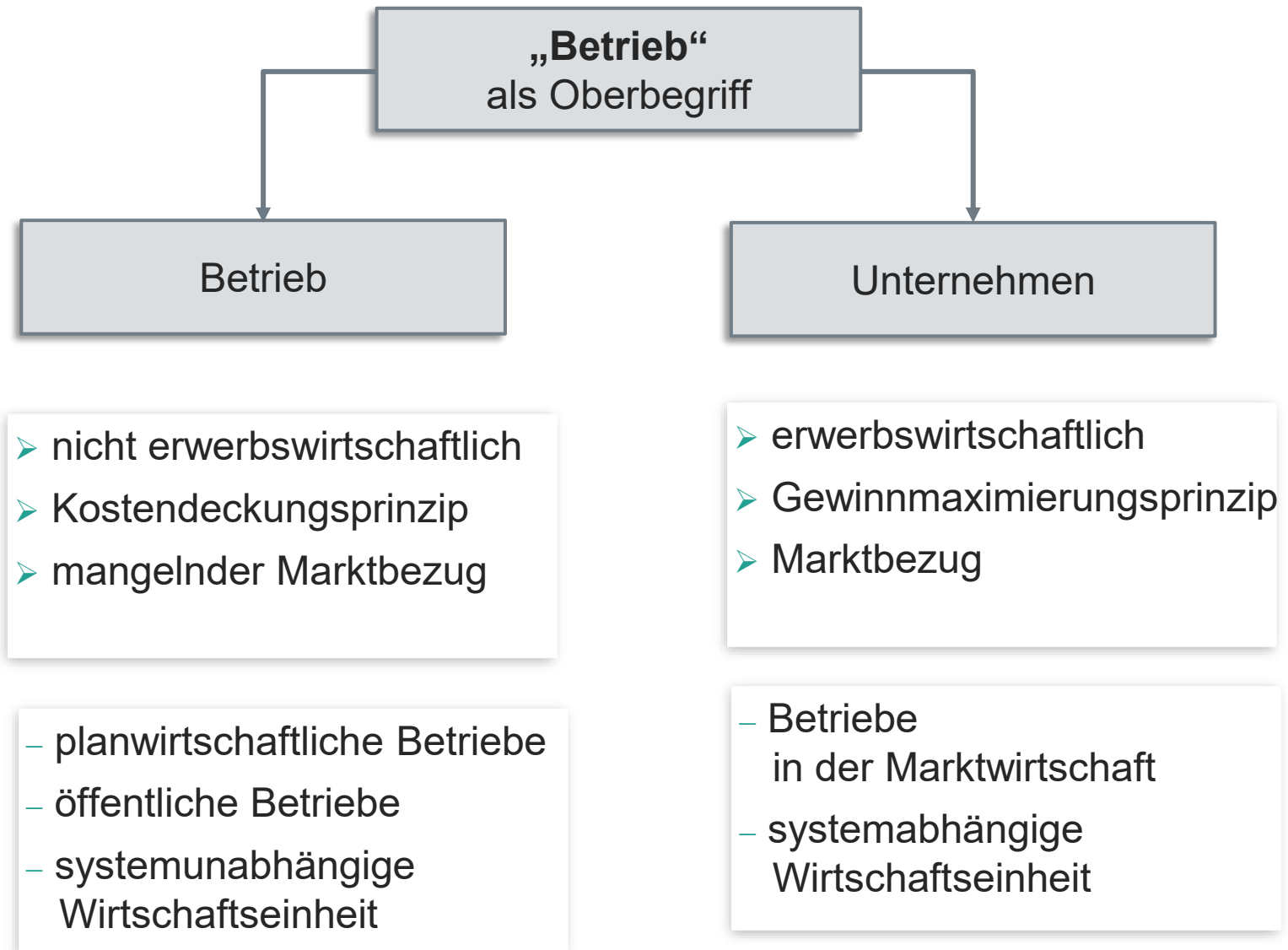
- Rohstoffe: Kunststoffe, Bleche, Holz
- Hilfswerkstoffen: Schrauben, Lacke, Schweißmittel
- Betriebswerkstoffen: Schmiermittel wie Öl, Graphit

▪ **Objektbezogene Arbeit:**

- Facharbeiter,
 - Techniker,
 - Mitarbeiter im Einkauf / Vertrieb
- ausführende Arbeit

▪ **Dispositiver Faktor:**

- Geschäftsführer
 - Abteilungsleiter
 - Meister usw.
- leitende Arbeit: Planung, Leitung, Organisation



Betrieb als Oberbegriff

Systemindifferente Merkmale

- Kombination von Produktionsfaktoren ➡
- Wirtschaftlichkeitsprinzip ➡
- Prinzip des finanziellen Gleichgewichts ➡

Betrieb

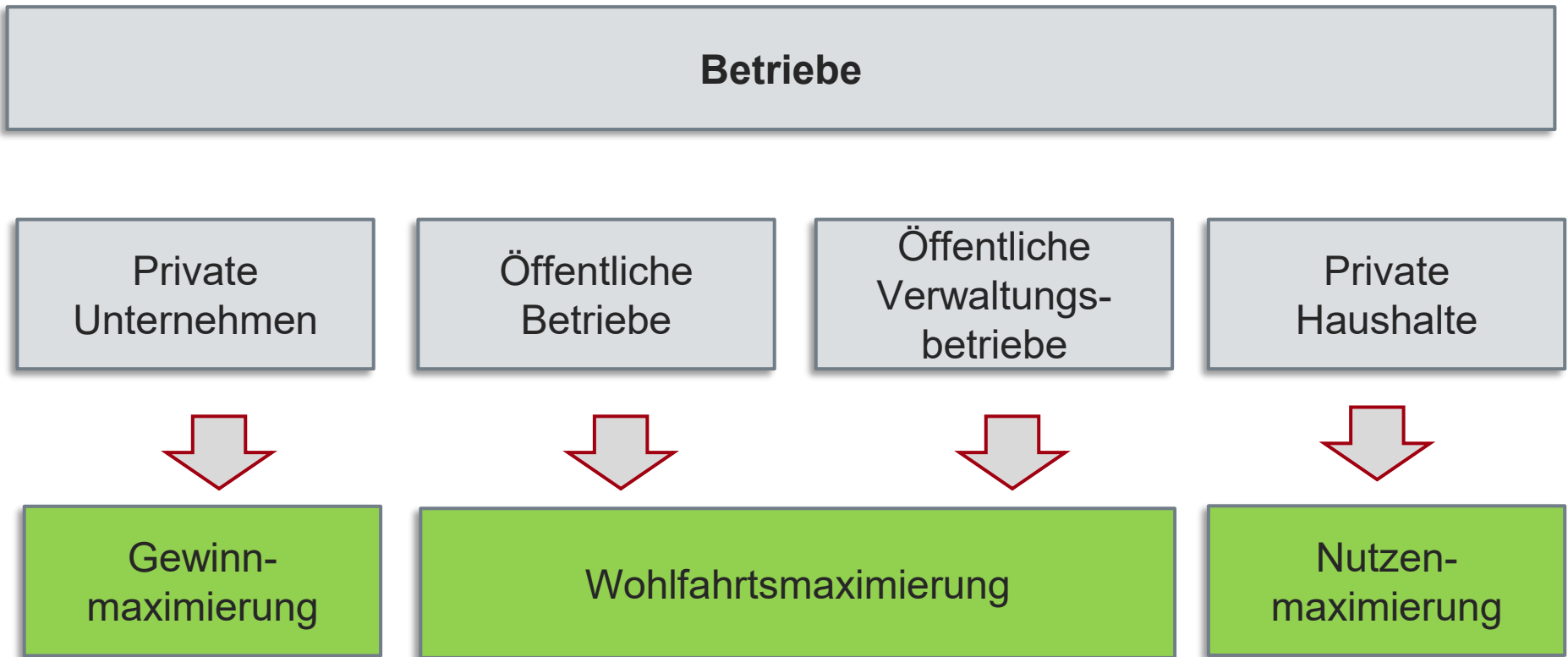
**Unter-
nehmen**

**planwirt.
Betriebe**
**öffentliche
Betriebe u.
Verwaltung**

Systembezogene Merkmale

- Autonomieprinzip
- Erwerbswirtschaftliches Prinzip
- Prinzip des Privateigentums
- Organprinzip
(politisch determinierter Wirtschaftsplan)
- Prinzip Planerfüllung
- Prinzip Gemeineigentum

Betrieb als Oberbegriff



Unternehmen als Oberbegriff

Unternehmen
sind rechtliche und wirtschaftliche Einheiten.
Personen verbinden sich zu einem gemeinsamen Zweck.

Betrieb

Betrieb

Betrieb

Betrieb



Betriebe
sind produktionstechnische Einheiten.
In Betrieben erfolgt die planvolle und zielgerichtete
Leistungserstellung und Leistungsverwertung.

Firma, Geschäft, Werk und Fabrik

- **Firma** ist ein juristischer Begriff und Ausdruck für den **Namen** unter dem ein Kaufmann seinen Betrieb oder seine Unternehmung führt und seine Unterschrift abgibt.
- **Geschäft** bezeichnet die kaufmännische Seite eines Industrie- oder Handelsbetriebes.
- **Werk / Fabrik** bezeichnet die technische Seite der Leistungserstellung.

Definition

Ein Unternehmensziel ist ein

- **zukünftiger**
- **angestrebter Zustand**
- **aufgrund eigenen Handelns.**

Ziele des Unternehmens

Zielfindung

Betriebliche Grundentscheidungen durch Unternehmensleitung

Zielfunktionen

Unternehmensphilosophie und –zweck (Orientierungs-, Identifikations-, und Motivationsfunktion)

Handlungsziele bzw. -anleitungen – Steuerungs-, Kontroll-, Bewertungs- oder Kommunikationsfunktion

Zielbeziehungen

komplementäre Ziele (*ergänzend*)

konkurrierende Ziele (stehen im Wettbewerb miteinander)

indifferente / neutrale Ziele (unabhängige voneinander)

antinome Ziele (sich ausschließend)

Klassifizierung

Ausmaß (Ausprägung)

zeitlicher Bezug (Zeitraum)

Inhalt

1. Formalziele

Dabei handelt es sich um Ziele,
die für das Bestehen eines Unternehmens wichtig sind.

Beispiele: Gewinnerzielung, Rentabilität, Umsatzwachstum, Vergrößerung
des Marktanteils, Qualitätsverbesserung

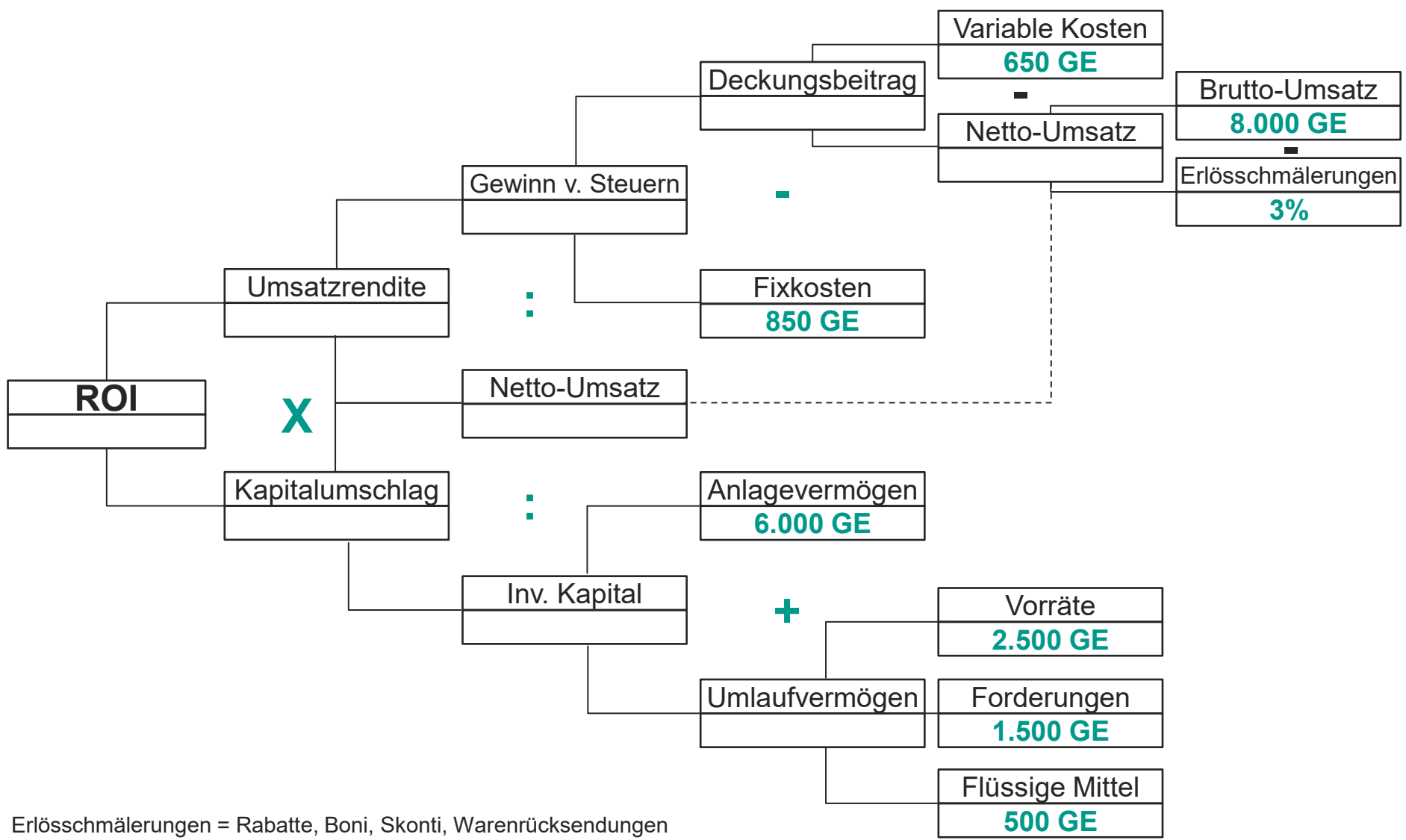
2. Sachziele

Dabei handelt sich um Ziele, die für die Realisierung der Formalziele
notwendig sind. Sie beziehen sich auf das konkrete Handeln,
auf die Dienstleistungen und die Produkte eines Unternehmens.

3. Sozialziele / Humanziele und ökologische Ziele

Mitarbeiterzufriedenheit, leistungsgerechte Entlohnung,
Energieeinsparung.

Ziele des Unternehmens / Du Pont-Kennzahlensystem



Erlösschmälerungen = Rabatte, Boni, Skonti, Warenrücksendungen

Vorteile

- Trägt dem Rentabilitätsziel Rechnung
- Ermöglicht Planung, Kontrolle und Steuerung
- Enge Verzahnung und Kompatibilität des operativen und strategischen Controllinginstrumentariums
- Es enthält die bedeutendsten Kennzahlen aus allen Bereichen
- Besitzt gute Frühwarneigenschaften zur Schwachstellenanalyse
- Übersichtlichkeit bei Informationsoptimierung

Ziele des Unternehmens / Du Pont-Kennzahlensystem

Nachteile

- Innovationshemmend
- Übergreifende, ganzheitliche, wertsystemorientierte Untersuchungs- und Führungsperspektive nicht möglich