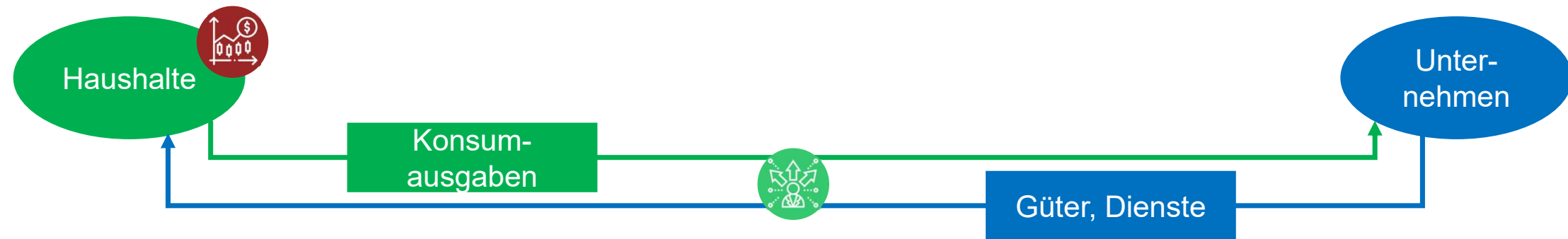


Präsenzveranstaltung 1: Haushalte, Unternehmen, Angebot und Nachfrage

Vorlesung Ökonomie HS 2025, 01.10.2025



Überblick Präsenzveranstaltung 1



Agenda

1. Warm-up
2. Zusammenfassung: Nachfrage
3. Übungen und Anwendungen: Nachfrage
4. Zusammenfassung: Angebot
5. Übungen und Anwendungen: Angebot
6. Pause
7. Zusammenfassung: Gleichgewicht von Nachfrage und Angebot
8. Übungen und Anwendungen: Gleichgewicht von Nachfrage und Angebot
9. Zusammenfassung: Elastizität
10. Übungen und Anwendungen: Elastizität

Warm-Up: Individuelle Nachfrage und Marktnachfrage

Welche der folgenden Aussagen über die individuelle Nachfrage und Marktnachfrage ist falsch?

- a) Die individuelle Nachfrage zeigt die Menge eines Gutes, welche ein Individuum zu einem bestimmten Preis kaufen will.
- b) Es ist Konvention, dass die Menge auf der x-Achse und der Preis auf der y-Achse dargestellt wird.
- c) Die Nachfrage sinkt (normalerweise) mit steigendem Preis.
- d) Die Marktnachfrage ist die Multiplikation der individuellen Nachfragen.

Warm-Up: Individuelle Nachfrage und Marktnachfrage

Welche der folgenden Aussagen über die individuelle Nachfrage und Marktnachfrage ist falsch?

- a) Die individuelle Nachfrage zeigt die Menge eines Gutes, welche ein Individuum zu einem bestimmten Preis kaufen will.
- b) Es ist Konvention, dass die Menge auf der x-Achse und der Preis auf der y-Achse dargestellt wird.
- c) Die Nachfrage sinkt (normalerweise) mit steigendem Preis.
- d) Die Marktnachfrage ist die Multiplikation der individuellen Nachfragen.

Nachfrage



Lernziele: Nachfrage



Ökonomie-Regel 2:

Die Kosten eines Gutes bestehen in dem, was man dafür aufgibt.

- ✓ Die Eigenschaften von individuellen und Marktnachfragekurven erkennen und verstehen.
- ✓ Sie kennen die Begriffe: Budgetgerade, Einkommensänderung, Preisänderung, Grenzrate der Substitution, Marktrate der Substitution, Indifferenzkurve, Nachfragekurve und können diese grafisch identifizieren oder herleiten.
- ✓ In der Lage sein, optimale Konsumpunkte auf der Grundlage von Präferenzen und Budgetbeschränkungen zu definieren.
- ✓ Vollkommene Substitute und Komplemente erkennen und unterscheiden.

Lernmaterial: Nachfrage

- Kapitel 3.1, 3.2 und 5 (ohne 5.5) in Mankiw & Taylor
- Wiederholungsfragen von Mankiw & Taylor und weiterführendes Material auf Moodle

Zusammenfassung: Nachfrage (I)

Wie treffen Konsumenten und Konsumentinnen ihre Entscheidungen?

Die wichtigsten Annahmen sind: Konsumenten und Konsumentinnen handeln **rational** und streben danach, ihren **Nutzen** mit den gegebenen Ressourcen **zu maximieren**.

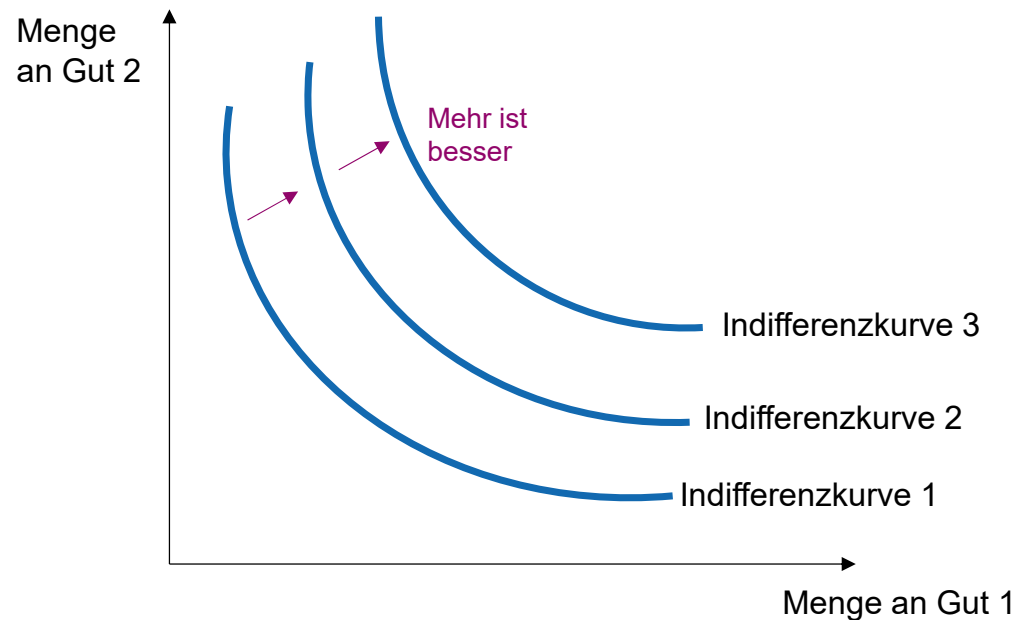
1. Budgetbeschränkung

- Der Konsum ist beschränkt durch das individuelle Budget.
- Die **Budgetgerade** zeigt, welche Güterkombinationen bei gegebenem Budget und Güterpreisen leistbar sind.
 - Die Steigung der Budgetgeraden gibt den **relativen Preis** der Güter an (**Marktrate der Substitution**).
 - Einkommensänderungen: Budgetgerade verschiebt sich nach links oder rechts.
 - Preisänderungen: Drehung der Geraden.

Zusammenfassung: Nachfrage (II)

2. Präferenzen

- Präferenzen von Konsumenten und Konsumentinnen werden mittels **Indifferenzkurven** dargestellt.
- Alle **Güterbündel**, die auf derselben **Indifferenzkurve** sind, stiften den **gleichen Nutzen** und stellen somit das Individuum gleichermassen zufrieden.



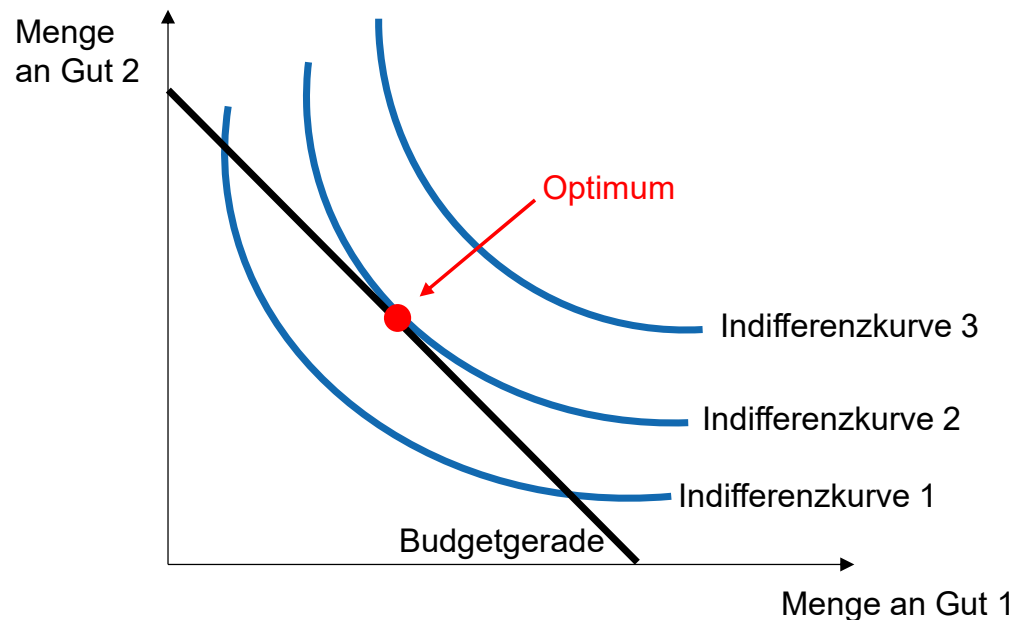
- Weiter **rechts oben** liegende Kurven sind **besser** (→ Mehr ist besser als weniger)
- Kurven haben eine **negative Steigung**: Die Steigung in jedem Punkt auf der Kurve entspricht dem Grad, zu welchem das Individuum bereit ist, ein Gut gegen das andere zu ersetzen.

(→ **Grenzrate der Substitution**)

Zusammenfassung: Nachfrage (III)

3. Optimierung

- Das Individuum möchte ein Bündel konsumieren, welches auf der höchstmöglich erreichbaren Indifferenzkurve liegt.
- Das Optimum liegt da, wo die Indifferenzkurve und die Budgetgerade einander tangieren.

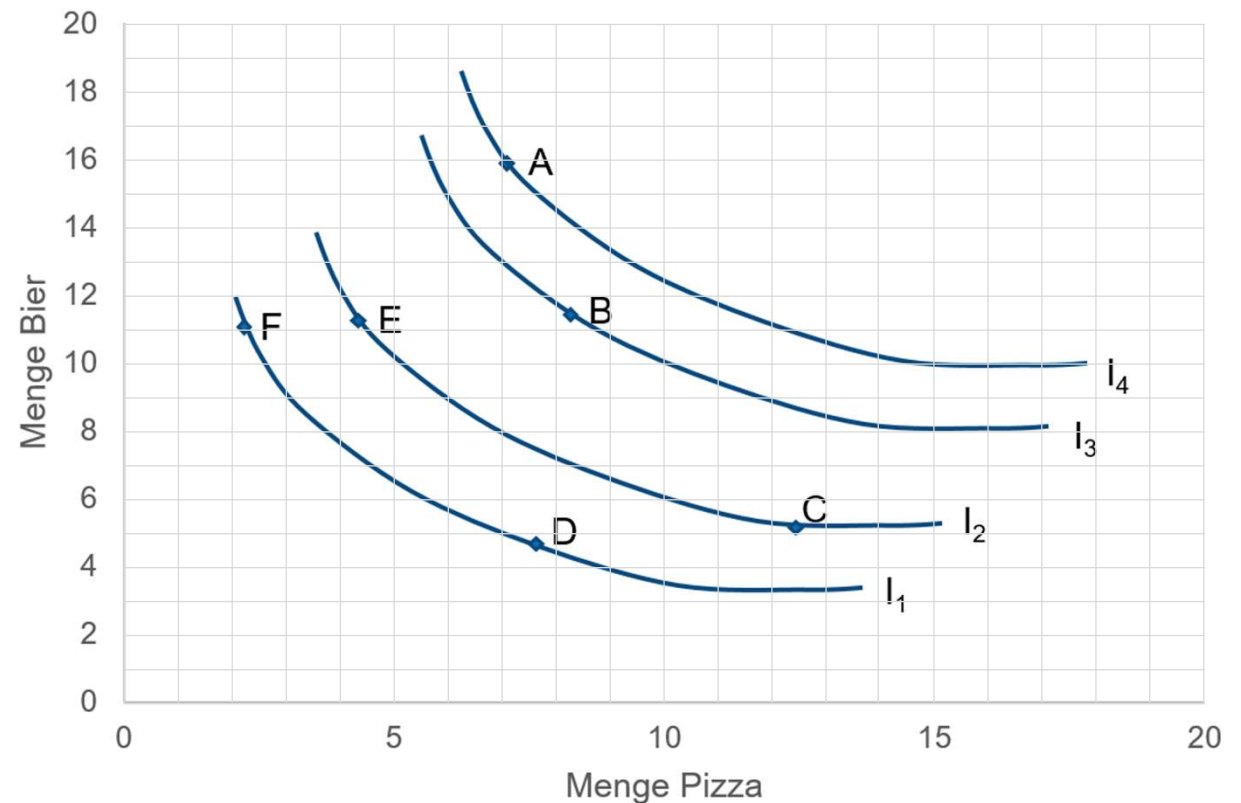


- Im Optimum sind die Steigungen der beiden Geraden gleich: **Die Grenzrate der Substitution entspricht der Marktrate der Substitution (=Preisverhältnis).**

Übung I: Optimierung

Ein Restaurant in der Nähe der ETH hat ein spezielles Studenten-Angebot: Pizza für **Fr. 10**, ein Bier für **Fr. 5**.

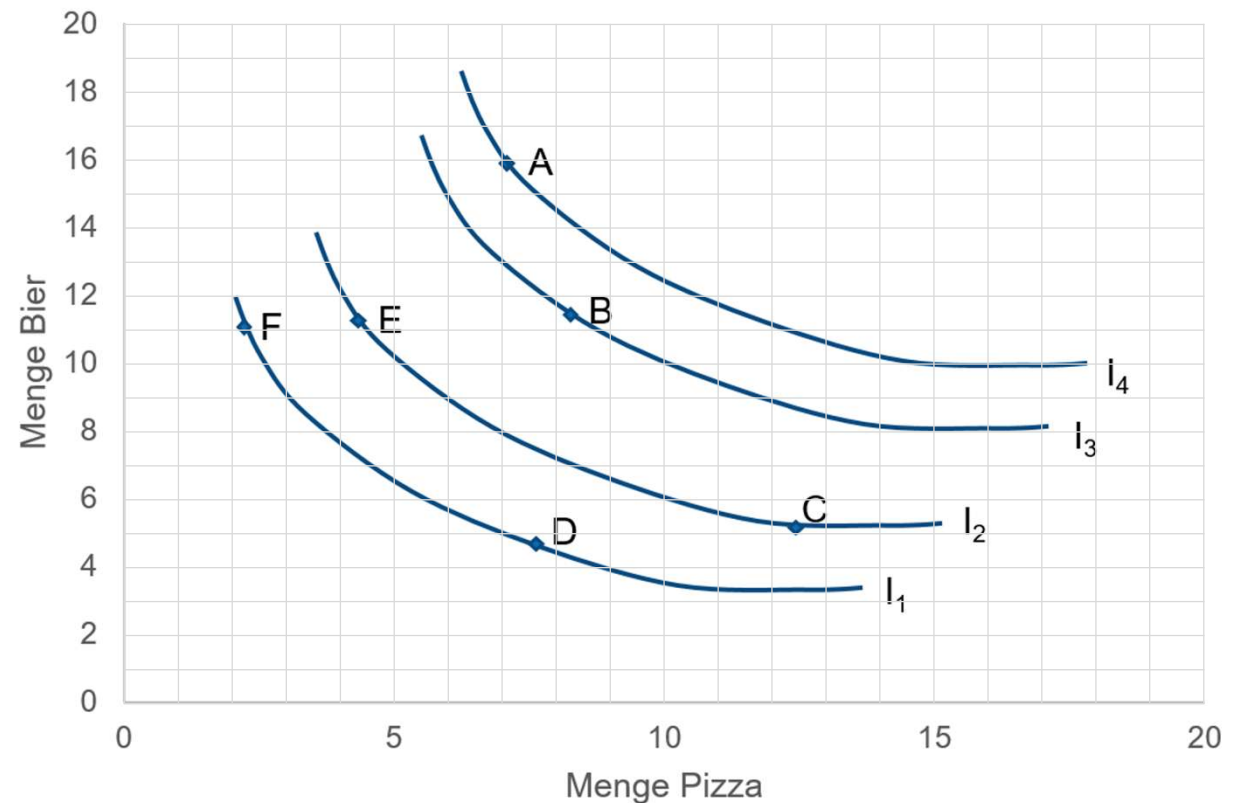
Patrick hat die vier folgenden Indifferenzkurven für Pizza und Bier. Sechs theoretische Konsumpunkte (A-F) sind markiert.



Übung I: Optimierung

Ein Restaurant in der Nähe der ETH hat ein spezielles Studenten-Angebot: Pizza für **Fr. 10**, ein Bier für **Fr. 5**.

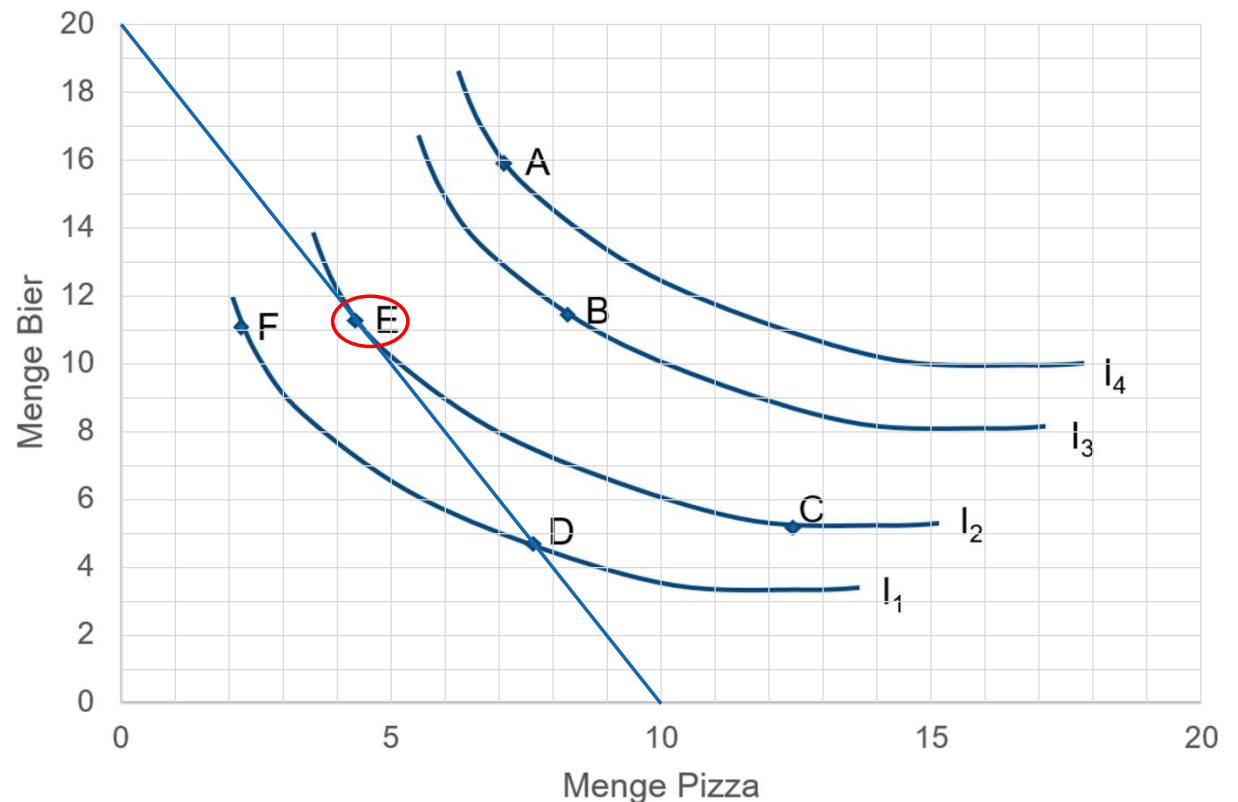
Patrick hat ein Pizza- und Bierbudget von **Fr. 100 pro Monat**. An welchem der Punkte auf den Indifferenzkurven wird er konsumieren?



Übung I: Optimierung - Lösungsskizze

Patrick hat ein Pizza- und Bierbudget von **Fr. 100 pro Monat**. An welchem der Punkte auf den Indifferenzkurven wird er konsumieren?

Die **Budgetlinie** berührt die Punkte D und E, aber um seinen **Nutzen zu maximieren**, sollte Patrick auf der höchstmöglichen Indifferenzkurve konsumieren, also bei **Punkt E**. Dieser Punkt ist auch der Punkt, an dem Patricks **Grenzrate der Substitution gleich der Marktrate der Substitution** ist (2 Bier für 1 Pizza).

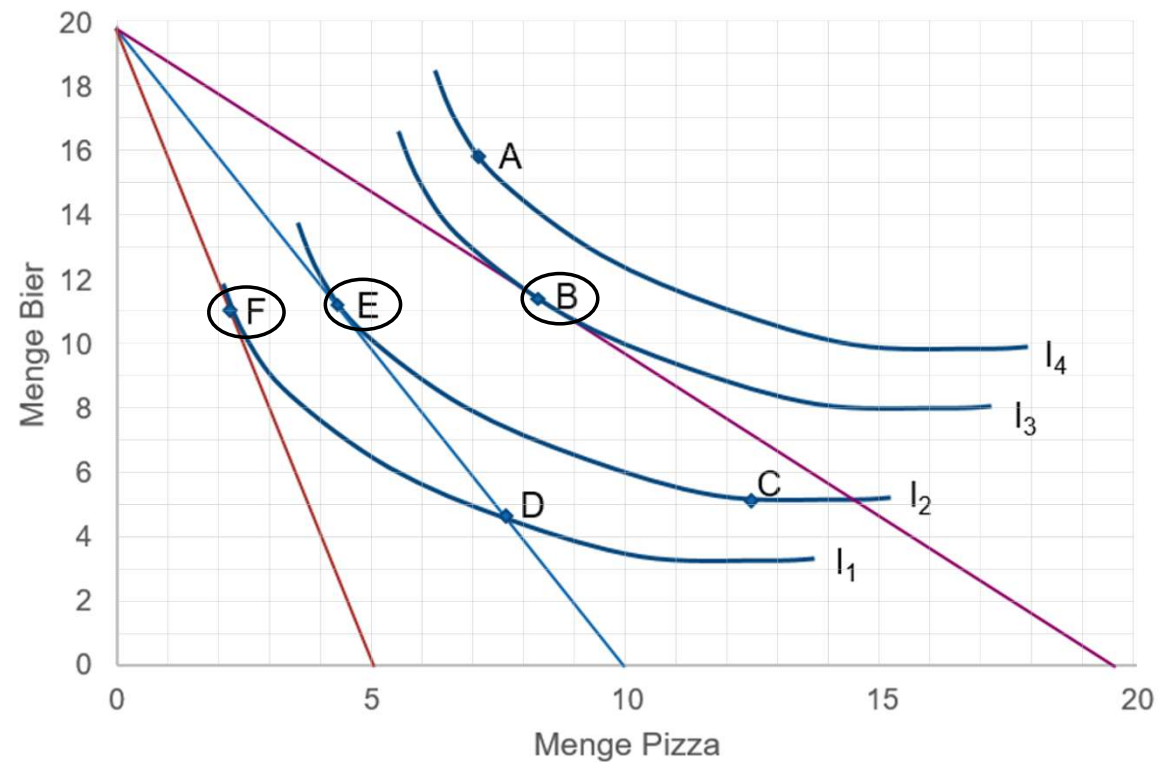


Übung II: Definieren einer Nachfragekurve

Stellen Sie sich zwei mögliche Änderungen des Pizzapreises vor: **eine Senkung** aufgrund eines neuen **5-Franken-Pizza-Angebots** oder **eine Erhöhung auf 20 Franken** aufgrund eines Mangels an Zutaten, weil ein Zug den Gotthardtunnel blockiert.

Wenn man Patricks optimale Konsumpunkte bei einem gegebenen Budget mit **drei verschiedenen Preisen** kennt, ist es dann möglich, seine **persönliche Nachfragekurve** für Pizza zu definieren?

- a) Ja
- b) Nein

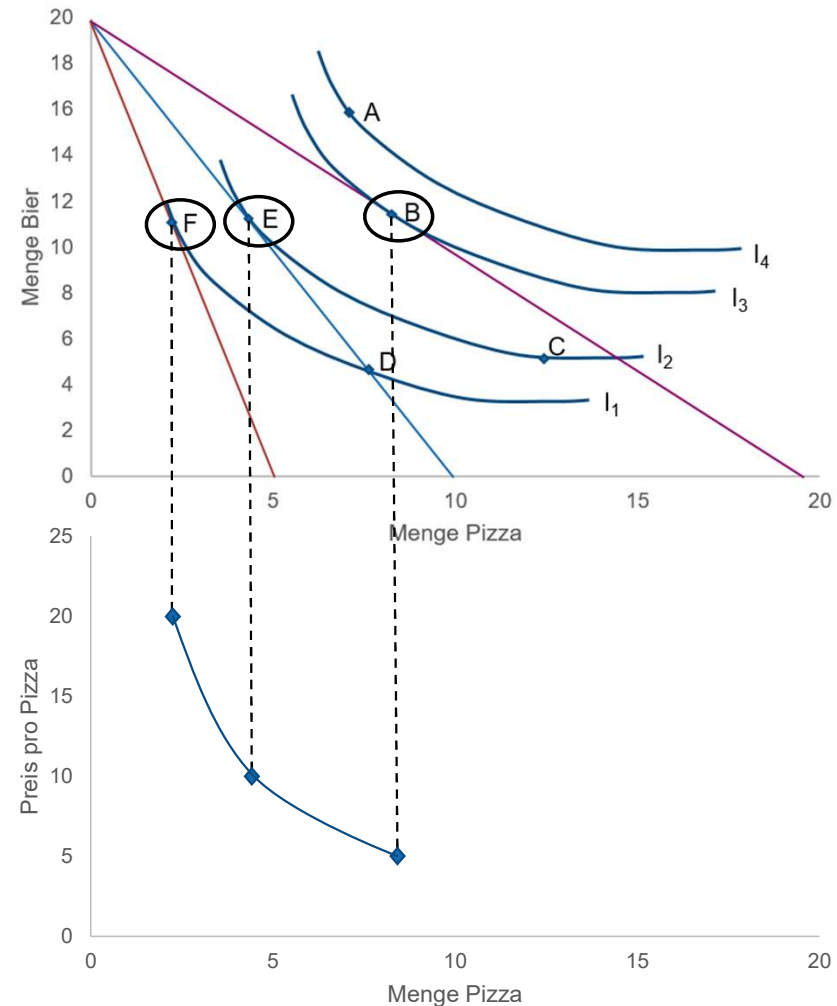


Übung II: Definieren einer Nachfragekurve - Lösungsskizze

Stellen Sie sich zwei mögliche Änderungen des Pizzapreises vor: **eine Senkung** aufgrund eines neuen **5-Franken-Pizza-Angebots** oder **eine Erhöhung auf 20 Franken** aufgrund eines Mangels an Zutaten, weil ein Zug den Gotthardtunnel blockiert.

Wenn man Patricks optimale Konsumpunkte bei einem gegebenen Budget mit **drei verschiedenen Preisen** kennt, ist es dann möglich, seine **persönliche Nachfragekurve** für Pizza zu definieren?

- a) Ja
- b) Nein



Übung III: Substitute und Komplemente

Nach einem turbulenten Jahr und zu viel Grosszügigkeit des Besitzers wurde das Pizzarestaurant geschlossen und durch einen Sushi-Takeaway ersetzt.

Denken Sie an zwei übliche Produkte, die in Sushi-Takeaways verkauft werden: **Sushi-Rollen und Sojasauce**. Würden die Indifferenzkurven für diese beiden Produkte ähnlich aussehen wie die Kurven für Pizza und Bier?

- a) Ja
- b) Nein



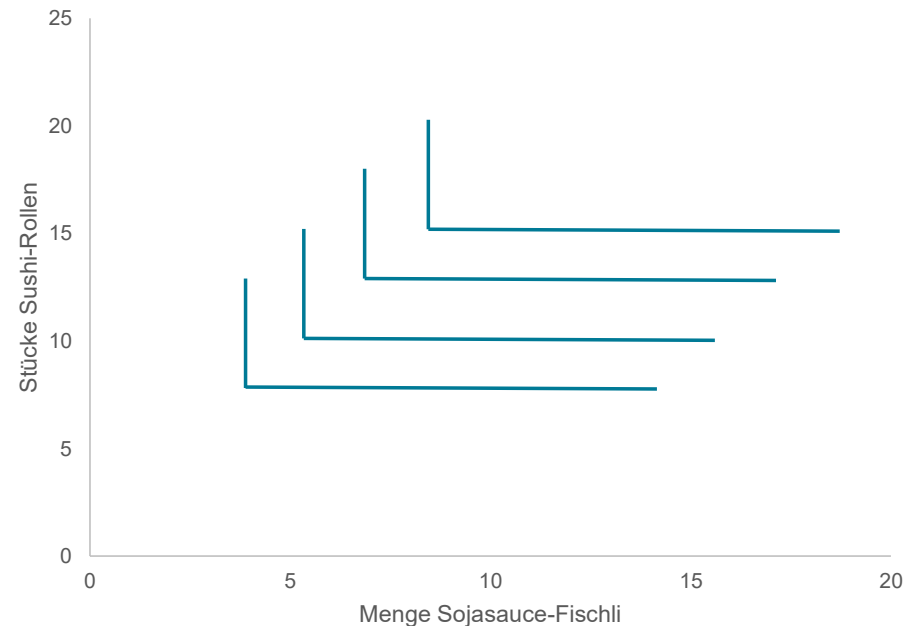
Übung III: Substitute und Komplemente: Lösungsskizze

Denken Sie an zwei übliche Produkte, die in Sushi-Takeaways verkauft werden: **Sushi-Rollen und Sojasauce**. Würden die Indifferenzkurven für diese beiden Produkte genauso aussehen wie die Kurven für Pizza und Bier?

a) Ja

b) Nein

Sushi und Sojasauce sind **vollkommene Komplemente**: man braucht beides gleichzeitig, um beides voll geniessen zu können.



Anwendung I: COVID-19 und Nachfrage für Ferienwohnungen

Die folgenden Fragen beziehen sich auf den Tages-Anzeiger-Artikel, «**Boom bei Ferienwohnungen steht auf wackligen Beinen**», welchen Sie gelesen haben und in Moodle zu finden ist. Bitte diskutieren Sie die Fragen mit der Person neben Ihnen (10 Minuten):

1. Die Preise für Ferienwohnungen haben auf eine Verschiebung der Nachfragekurve reagiert. **In welche Richtung** hat sich die Nachfragekurve verschoben?
2. Weshalb hat sich die Nachfragekurve verschoben? Denken Sie an die typischen **Einflussfaktoren** (siehe Seite 66-68 im Lehrbuch: Preise verwandter Güter, Einkommen, Präferenzen, Bevölkerungsgrösse und -struktur, Werbung, Erwartungen der Konsumenten).
3. Der UBS-Experte erwartet, dass die **Nachfrage** in den nächsten drei Jahren unter das Niveau von vor der Pandemie **fallen wird**. Warum?
4. Der Schweizer Ferienwohnungsmarkt hatte schon lange vor der Pandemie ein hohes Preisniveau. Warum sendet der Markt dieses Preissignal?

Anwendung I: COVID-19 und Nachfrage für Ferienwohnungen – Lösungsskizze

1. Die Preise für Ferienwohnungen haben auf eine Verschiebung der Nachfragekurve reagiert. **In welche Richtung** hat sich die Nachfragekurve verschoben?
 - Die Nachfragekurve hat sich nach **rechts** verschoben (Anstieg der Nachfrage).
2. Weshalb hat sich die Nachfragekurve verschoben? Denken Sie an die typischen **Einflussfaktoren** (siehe Seite 66-68 im Lehrbuch: Preise verwandter Güter, Einkommen, Präferenzen, Bevölkerungsgrösse und -struktur, Werbung, Erwartungen der Konsumenten).
 - Die **Präferenzen** der Bevölkerung haben sich verändert. Statt während der Corona-Pandemie Ferien im Ausland zu buchen, weichen viele auf Ferienwohnungen in der Schweiz aus, da sie vielleicht sicherere **Substitute** zu Auslandsferien darstellen.

Anwendung I: COVID-19 und Nachfrage für Ferienwohnungen - Lösungsskizze

3. Der UBS-Experte erwartet, dass die **Nachfrage** in den nächsten drei Jahren unter das Niveau von vor der Pandemie **fallen wird**. Warum?
 - Wenn wir uns auf COVID-Normalität bewegen, könnte der Tourismus im Ausland wieder bevorzugt werden und die Nachfrage nach Ferienwohnungen wird daher wieder sinken.
4. Der Schweizer Ferienwohnungsmarkt hatte schon lange vor der Pandemie ein hohes Preisniveau. Warum sendet der Markt dieses Preissignal?
 - Das **Angebot** an Ferienwohnungen in der Schweiz ist **begrenzt**, sowohl aus geografischen als auch aus politischen Gründen (z. B. Zweitwohnungsinitiative 2012).

Angebot



Lernziele: Angebot



Ökonomie-Regel 2:

Die Kosten eines Gutes bestehen in dem, was man dafür aufgibt.



Ökonomie-Regel 3:

Rational entscheidende Menschen denken in Grenzbegriffen.

- ✓ Angebotskurve verstehen.
- ✓ verschiedene Kostenkonzepte grafisch darstellen können.
- ✓ Zusammenhang von Kostenkonzepten und Angebotskurve verstehen.

Lernmaterial: Angebot

- Kapitel 3.3, 6 (ohne 6.5) in Mankiw & Taylor.
- Wiederholungsfragen von Mankiw & Taylor und weiterführendes Material auf Moodle.

Zusammenfassung: Angebot (I)

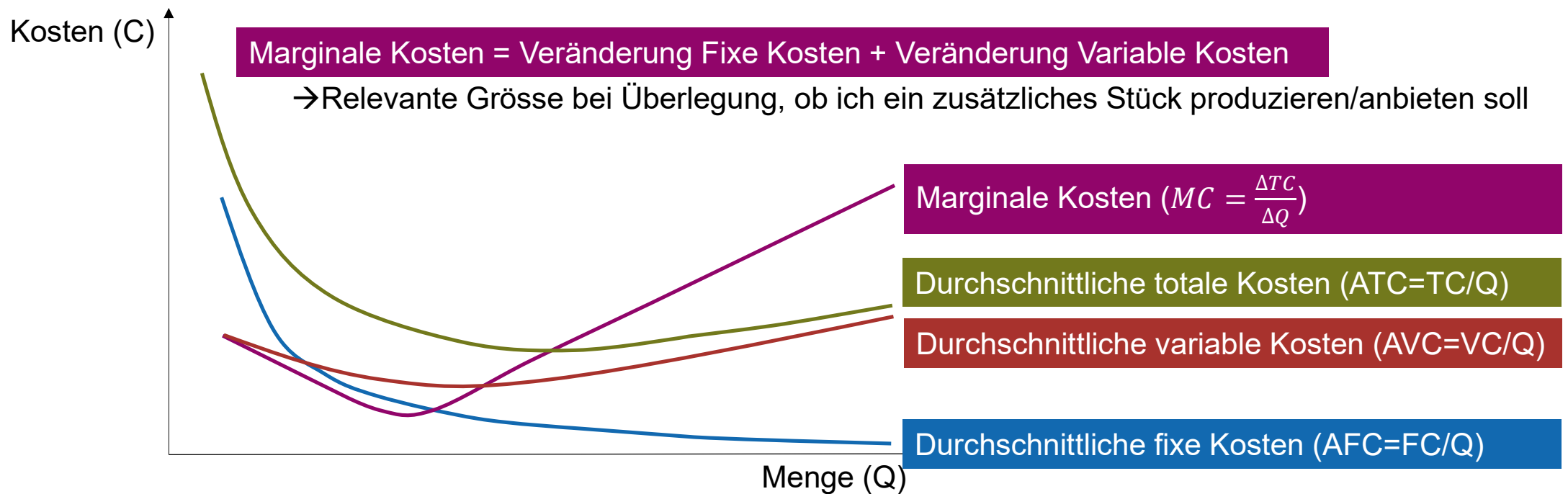
Fixe Kosten: z.B. Fabrik, Maschine, Weinberg

Variable Kosten: z.B. Energie, Arbeiter, Düngemittel

Totale Kosten = Fixe Kosten + (Variable Kosten * Menge)

Marginale Kosten = Veränderung Fixe Kosten + Veränderung Variable Kosten

→ Relevante Grösse bei Überlegung, ob ich ein zusätzliches Stück produzieren/anbieten soll



Zusammenfassung: Angebot (II)

Bestimmungsgrößen des Angebotes:

1. Preis (Bewegung auf der Angebotskurve)
2. Inputpreise (z.B. Rebpfflanzen, Weinlesearbeiter*innen)
3. Rentabilität der Produktion und Preise von Kuppelprodukten (z.B. Wein und Grappa, Lammfleisch und Wolle)
4. Technik (z.B. Weinlesemaschinen)
5. Natürliche und gesellschaftliche Faktoren (z.B. Klimawandel)
6. Erwartungen der Anbieter*innen (z.B. Verzicht auf Maschinenkauf)
7. Anzahl der Anbieter*innen (langfristig)

Übung IV: Angebotskurve

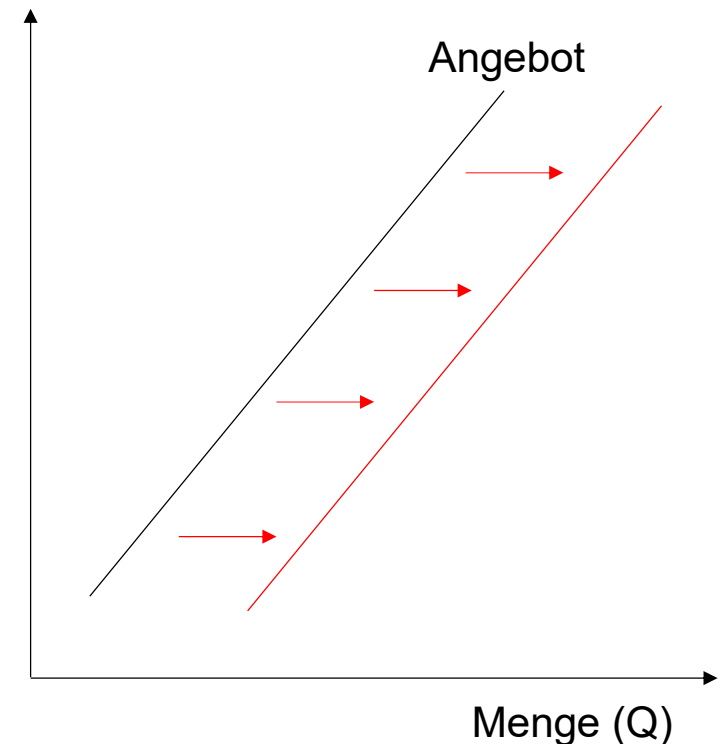
Wann wird sich die Angebotskurve für australischen Wein nach **rechts** verschieben?

- a) Wenn Australien von Flächenbränden heimgesucht wird.
- b) Wenn der Preis von australischem Wein steigt.
- c) Wenn australische Weinbauern ein verbessertes Bewässerungssystem in Betrieb nehmen.
- d) Wenn der schweizerische Wein einen besonders guten Jahrgang hat.

Übung IV: Angebotskurve - Lösungsskizze

Wann wird sich die Angebotskurve für australischen Wein nach **rechts** verschieben?

- a) Wenn Australien von Flächenbränden heimgesucht wird.
 - Verschiebung der Angebotskurve nach links.
- b) Wenn der Preis von australischem Wein steigt.
 - Bewegung auf Angebotskurve.
- c) Wenn australische Weinbauern ein verbessertes Bewässerungssystem in Betrieb nehmen.
 - Verschiebung der Angebotskurve nach rechts.
- d) Wenn der schweizerische Wein einen besonders guten Jahrgang hat.
 - Verschiebung der Nachfragekurve nach links.



Übung V: Gewinnmaximierung

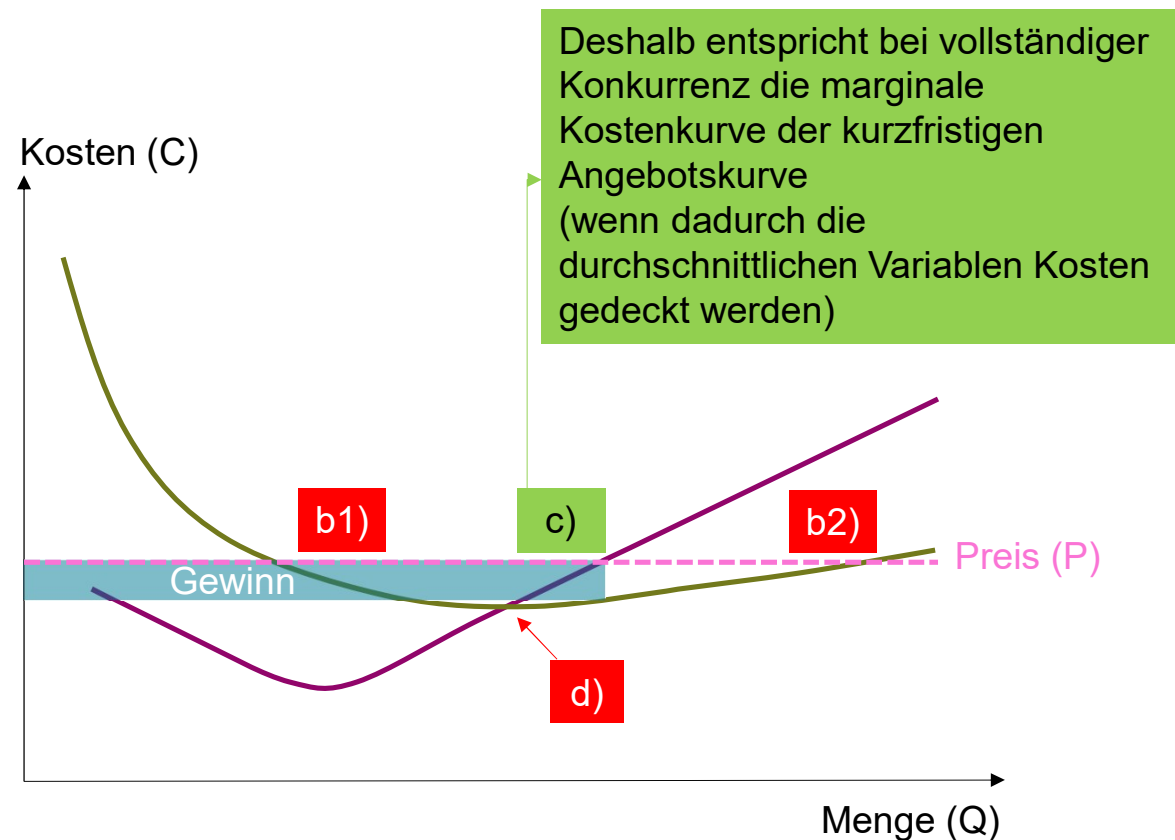
Wie verhält sich ein Unternehmen in vollständiger Konkurrenz um den Gewinn zu maximieren?

- a) Es setzt den Preis so, dass der marginale Nutzen für den Konsumenten oder die Konsumentin den marginalen Kosten des Unternehmens entspricht.
- b) Es bietet die Menge an, bei welcher der Preis den Durchschnittskosten entspricht.
- c) Es bietet die Menge an, bei welcher der Preis den marginalen Kosten entspricht.
- d) Es bietet die Menge an, bei welcher die Durchschnittskosten minimiert werden.

Übung V: Gewinnmaximierung - Lösungsskizze

Wie verhält sich ein Unternehmen in vollständiger Konkurrenz um den Gewinn zu maximieren?

- a) Es setzt den Preis so, dass der marginale Nutzen für den Konsumenten oder die Konsumentin den marginalen Kosten des Unternehmens entspricht.
- b) Es bietet die Menge an, bei welcher der Preis den Durchschnittskosten entspricht.
- c) Es bietet die Menge an, bei welcher der Preis den marginalen Kosten entspricht.
- d) Es bietet die Menge an, bei welcher die Durchschnittskosten minimiert werden.



*a) Ist nicht korrekt, weil das Unternehmen bei vollständiger Konkurrenz den Preis als gegeben betrachtet.

Angebot und Nachfrage



Lernziele: Angebot und Nachfrage



Ökonomie-Regel 2:

Die Kosten eines Gutes bestehen in dem, was man dafür aufgibt.



Ökonomie-Regel 3:

Rational entscheidende Menschen denken in Grenzbegriffen.

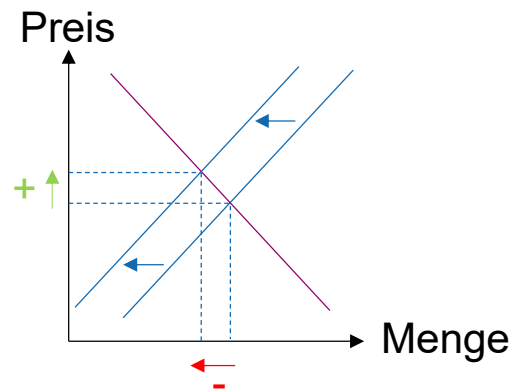
- ✓ Kurzfristige Veränderungen von Preis und Menge grafisch analysieren können.
- ✓ Langfristige Veränderungen von Preis und Menge verstehen und grafisch analysieren können.

Lernmaterial: Angebot und Nachfrage

- Kapitel 3.4 und 6 (ohne 6.5) in Mankiw & Taylor.
- Wiederholungsfragen von Mankiw & Taylor und weiterführendes Material auf Moodle.

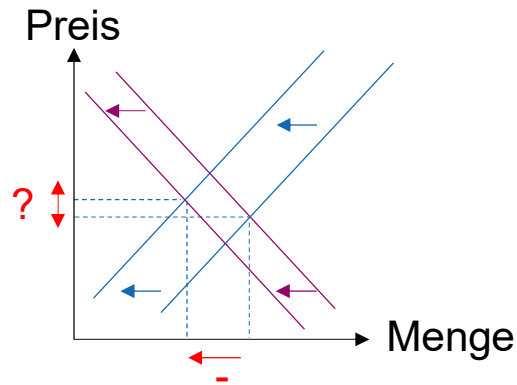
Zusammenfassung: Angebot und Nachfrage (I)

Kurze Frist



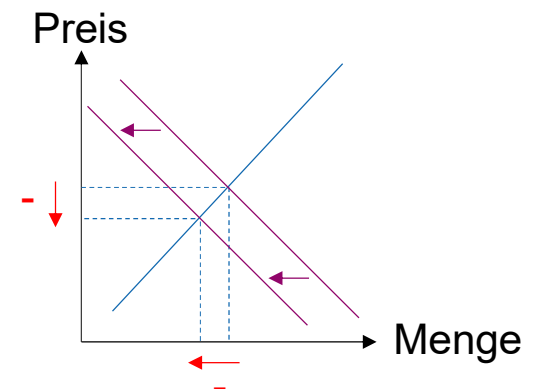
Wenn sich die **Angebotskurve** nach links verschiebt,

- sinkt die Menge.
- steigt der Preis.



Wenn sich die **Angebots- und Nachfragekurve** nach links verschieben,

- sinkt die Menge.
- kann der Preis steigen oder fallen.

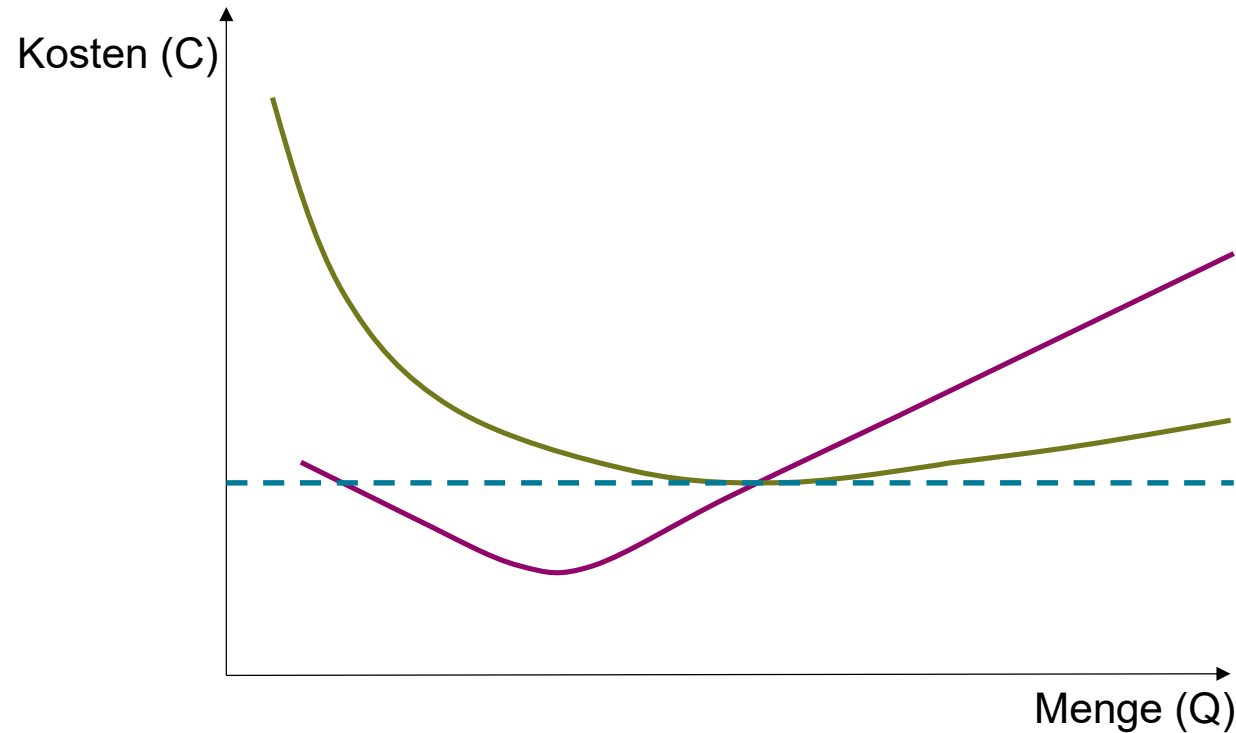


Wenn sich die **Nachfragekurve** nach links verschiebt,

- sinkt die Menge.
- sinkt der Preis.

Zusammenfassung: Angebot und Nachfrage (II)

Lange Frist



Marginale Kosten ($MC = \frac{\Delta TC}{\Delta Q}$)

Durchschnittliche totale Kosten ($ATC = TC/Q$)

Preis:

In der langen Frist entspricht der Preis aufgrund von Firmen die in den Markt ein- und austreten, den minimalen durchschnittlichen Kosten.

-> Firmen machen keinen Gewinn

-> Veränderung der Nachfrage führt zu Markteintritten oder -austritten, aber der Preis verändert sich nicht.

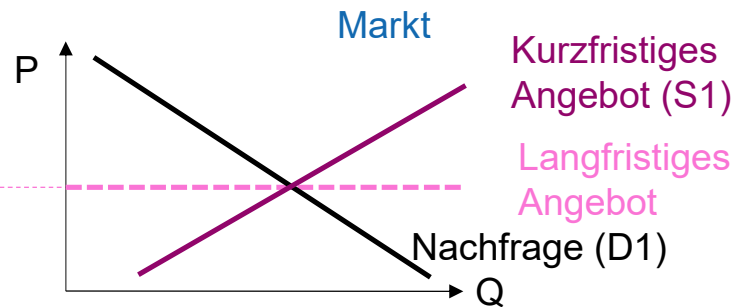
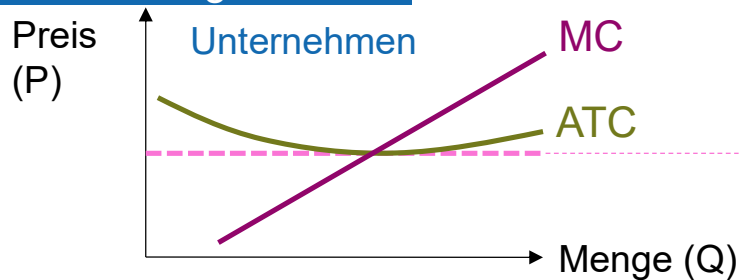
Übung VI: Kurz- und langfristiges Angebot

Welche der folgenden Aussagen sind korrekt, wenn die Nachfrage **steigt**:

- a) Im langfristigen Gleichgewicht entspricht der Preis den minimalen Durchschnittskosten.
- b) In der kurzen Frist machen Unternehmen Verluste.
- c) In der kurzen Frist treten neue Unternehmen in den Markt ein.
- d) In der langen Frist steigt der Preis.

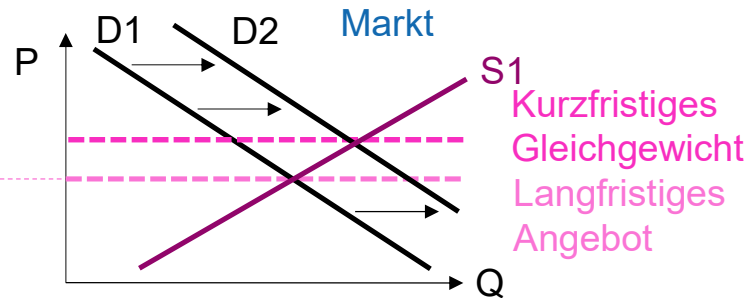
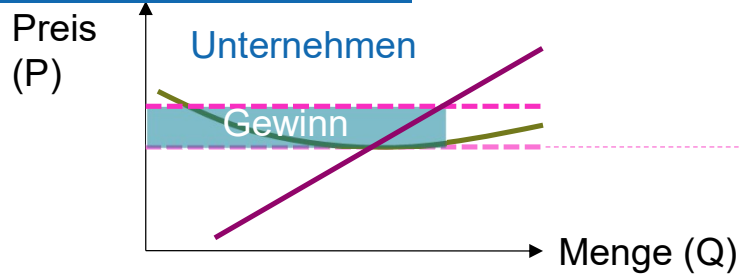
Übung VI: Kurz- und langfristiges Angebot - Lösungsskizze

Altes Gleichgewicht



a) Im langfristigen Gleichgewicht entspricht der Preis den minimalen Durchschnittskosten.

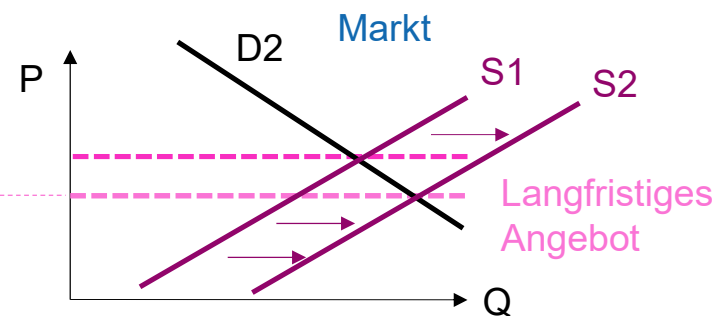
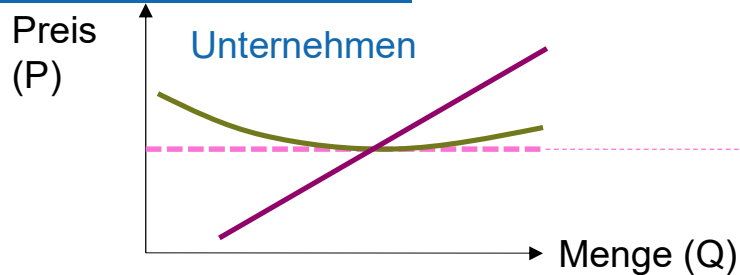
Kurze Frist



b) In der kurzen Frist machen Unternehmen Verluste.

c) In der kurzen Frist treten neue Unternehmen in den Markt ein.

Neues Gleichgewicht



d) In der langen Frist steigt der Preis.

Anwendung II: Dumping

Die folgenden Fragen beziehen sich auf den Economist-Artikel «**Dumping and tub-thumping**», welchen Sie gelesen haben und in Moodle zu finden ist. Bitte diskutieren Sie die Fragen mit der Person neben Ihnen (10 Minuten):

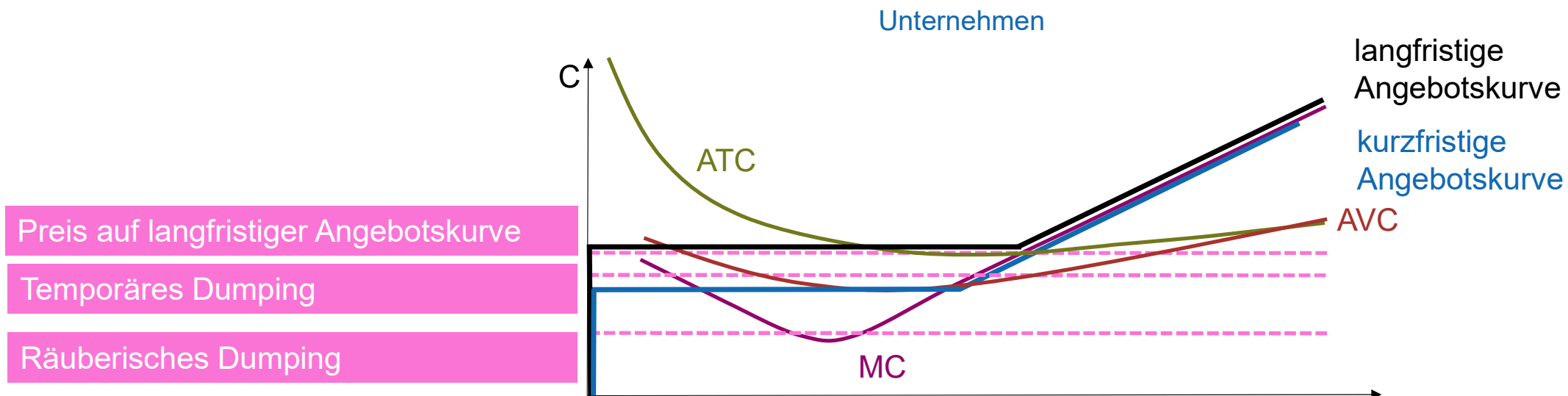
1. Bitte erklären Sie, weshalb Unternehmen Dumping betreiben würden?
2. Bitte erläutern Sie, anhand der verschiedenen Kostenkonzepte, die Motive für Dumping.
3. Wie kann man feststellen, ob Dumping vorliegt?

Anwendung II: Dumping – Lösungsskizze (I)

1. Bitte erklären Sie, weshalb Unternehmen Dumping betreiben würden?
 - Räuberisches Dumping zur Erlangung einer Monopolstellung.
 - Temporäres Dumping um Überkapazitäten in der Produktion auszulasten.

Anwendung II: Dumping – Lösungsskizze (II)

2. Bitte erläutern Sie, anhand der verschiedenen Kostenkonzepte, die Motive für Dumping.



Anwendung II: Dumping – Lösungsskizze (III)

3. Wie kann man feststellen, ob Dumping vorliegt?

- Ausländischer Preis liegt über dem heimischen Preis.
- Preis liegt unter den durchschnittlichen (variablen) Produktionskosten.
- Produkt wird mittels verbotener oder schädigender Subventionen unterstützt.

➤ https://www.wto.org/english/thewto_e/whatis_e/tif_e/agrm8_e.htm

Q

Elastizitäten



Lernziele: Elastizitäten



Ökonomie-Regel 2:

Die Kosten eines Gutes bestehen in dem, was man dafür aufgibt.

- ✓ Elastizität von Angebot und Nachfrage verstehen.
- ✓ Konzepte von Preis-/Einkommens- und Kreuzpreiselastizität anwenden können.

Lernmaterial: Elastizitäten

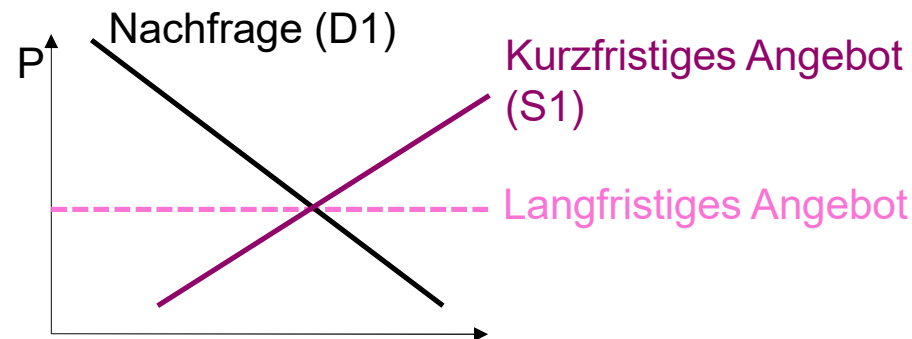
- Kapitel 4 (ohne 4.4) in Mankiw & Taylor.
- Wiederholungsfragen von Mankiw & Taylor und weiterführendes Material auf Moodle.

Zusammenfassung: Elastizitäten (I)

Elastizitäten messen, wie stark Angebot oder Nachfrage auf Änderungen im Markt reagieren:

- **Preiselastizität:**

- Mass für die Stärke mit welcher die Angebots-/Nachfragemenge auf Preisänderungen reagiert.
- $$\frac{\text{Änderung des Angebots/ der Nachfrage in \%}}{\text{Preisänderung in \%}}$$
- z.B. perfekt elastisches langfristiges Angebot



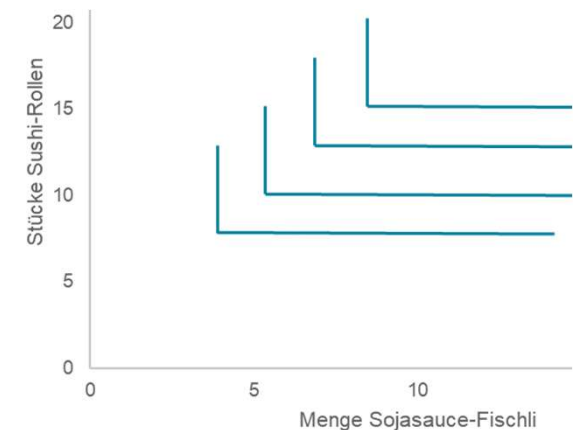
Zusammenfassung: Elastizitäten (II)

- **Einkommenselastizität:**

- Mass für die Nachfragereaktion auf Einkommensänderungen
- $$\frac{\text{Änderung der Nachfrage in \%}}{\text{Einkommensänderung in \%}}$$
- Für normale Güter steigt die Nachfrage mit dem Einkommen
- Für inferiore Güter sinkt die Nachfrage mit dem Einkommen (z.B. Busfahren)

- **Kreuzpreiselastizität:**

- Mass für die Stärke der Nachfragereaktion eines Gutes auf Preisänderungen eines anderen Gutes
- $$\frac{\text{Änderung der Nachfrage von Gut 1 in \%}}{\text{Änderung des Preises von Gut 2 in \%}}$$
- z.B. perfekt unelastische Sushi-Take-Away-Nachfrage



Übung VII: Nachfrageelastizität gezuckerte Getränke

“American households earning less than \$10,000 a year buy twice as much sugary drink as those earning \$100,000.” (Economist, 2019)

Basierend auf obiger Aussage: Welche der folgenden Aussagen über die Nachfrageelastizität von gezuckerten Getränken ist korrekt:

- a) Die Einkommenselastizität misst die Einkommensänderung bei Preisänderungen
- b) Die Preiselastizität von gezuckerten Getränken ist positiv
- c) Die Einkommenselastizität von gezuckerten Getränken ist negativ
- d) Die Einkommenselastizität von gezuckerten Getränken ist positiv

Übung VII: Nachfrageelastizität gezuckerte Getränke - Lösungsskizze

- a) Die Einkommenselastizität misst die Einkommensänderung bei Preisänderungen
- Die Einkommenselastizität misst die Nachfrageänderung bei Einkommensänderungen
- b) Die Preiselastizität von gezuckerten Getränken ist positiv
- Konsum sinkt normalerweise mit Preis
 - Negative Preiselastizität der Nachfrage = $\frac{\text{Änderung der Nachfrage in \%}}{\text{Preisänderung in \%}} < 0$
- c) Die Einkommenselastizität von gezuckerten Getränken ist negativ
- Konsum sinkt mit steigendem Einkommen
 - Negative Einkommenselastizität der Nachfrage = $\frac{\text{Änderung der Nachfrage in \%}}{\text{Einkommensänderung in \%}} < 0$
 - Inferiores Gut
- d) Die Einkommenselastizität von gezuckerten Getränken ist positiv

Anwendung III: Nachfrageelastizität gezuckerte Getränke

Die folgenden Fragen beziehen sich auf den Economist-Artikel «**Soda Stream**», welchen Sie gelesen haben und in Moodle zu finden ist. Bitte diskutieren Sie die Fragen mit der Person neben Ihnen:

1. Was muss über die Kreuzpreiselastizität der Nachfrage von gezuckerten und ungezuckerten Getränken gelten, damit eine Subvention von ungezuckerten Getränken den Konsum von gezuckerten Getränken reduziert?
2. Welche Begründung gibt es für die Besteuerung von gezuckerten Getränken?
3. Was spricht gegen eine Besteuerung von gezuckerten Getränken?

Anwendung III: Nachfrageelastizität gezuckerte Getränke – Lösungsskizze (II)

1. Was muss über die Kreuzpreiselastizität der Nachfrage von gezuckerten und ungezuckerten Getränken gelten, damit eine Subvention von ungezuckerten Getränken den Konsum von gezuckerten Getränken reduziert?
 - Konsum sinkt mit sinkendem Preis von ungezuckerten Getränken
 - Positive Kreuzpreiselastizität der Nachfrage = $\frac{\text{Änderung der Nachfrage von Gut 1 in \%}}{\text{Änderung des Preises von Gut 2 in \%}} > 0$
 - Substitute

Anwendung III: Nachfrageelastizität gezuckerte Getränke – Lösungsskizze (III)

2. Welche Begründung gibt es für die Besteuerung von gezuckerten Getränken?
 - Mangel an Wissen über Auswirkungen von gezuckerten Getränken auf die Gesundheit
 - Mangel an Selbstkontrolle
 - Externalitäten der Auswirkungen von gezuckerten Getränken auf die Gesundheit
3. Was spricht gegen eine Besteuerung von gezuckerten Getränken?
 - Siehe Präsenzveranstaltung II

Wenn Sie mehr wissen wollen: Allcott, H., Lockwood, B. B., & Taubinsky, D. (2019). Should we tax sugar-sweetened beverages? An overview of theory and evidence. *Journal of Economic Perspectives*, 33(3), 202-27.

ETH Kompetenzen



Vermittelte Kompetenzen

Bereich A - Fachspezifische Kompetenzen	Konzepte und Theorien	<i>geprüft</i>
Bereich B - Methodenspezifische Kompetenzen	Analytische Kompetenzen	<i>geprüft</i>
	Entscheidungsfindung	<i>geprüft</i>
	Problemlösung	<i>geprüft</i>
Bereich C - Soziale Kompetenzen		
Bereich D - Persönliche Kompetenzen	Kritisches Denken	<i>geprüft</i>
	Selbststeuerung und Selbstmanagement	<i>geprüft</i>

Ausblick

- Nächstes **Study-Center** am **08.10.2025**
- Nächste **Präsenzveranstaltung** am **15.10.2025** zum Thema
«Wohlfahrtsökonomik, Monopol,
Preiskontrollen, Steuern, Subventionen»

Literaturverzeichnis

Dumping and tub-thumping. (09.04.2016). *The Economist, Finance & Economics*.

<https://www.economist.com/finance-and-economics/2016/04/09/dumping-and-tub-thumping>

Mankiw, N. G., & Taylor, M. P. (2018). *Grundzüge der Volkswirtschaftslehre*. (7. Auflage). Schäffer-Poeschel Verlag für Wirtschaft Steuern Recht GmbH.

Mettler, J. (25.03.2021). Boom bei Ferienwohnungen steht auf wackligen Beinen. *Tages Anzeiger*.

<https://www.tagesanzeiger.ch/boom-bei-ferienwohnungen-steht-auf-wackeligen-beinen-592650772960>

Soda stream, How to tax sugary drinks. (23.05.2019). *The Economist, Finance & Economics*.

<https://www.economist.com/finance-and-economics/2019/05/23/how-to-tax-sugary-drinks>