

Marktversagen

Marktversagen ist ein zentrales Konzept in der Wirtschaft, das sich auf Situationen bezieht, in denen Märkte nicht effizient funktionieren und zu unerwünschten Ergebnissen führen.

Ursachen von Marktversagen

Es gibt drei Hauptursachen von Marktversagen:

- **Marktmacht:** Wenn ein Unternehmen oder eine Gruppe von Unternehmen eine dominierende Stellung auf einem Markt hat und dadurch die Preise und die Produktionsmenge beeinflussen kann.
- **Externalitäten:** Wenn die Produktion oder der Konsum eines Gutes oder einer Dienstleistung Auswirkungen auf Dritte hat, die nicht in den Marktprozess einbezogen sind.
- **Informationsasymmetrien:** Wenn die Marktteilnehmer unterschiedliche Informationen über die Produkte oder Dienstleistungen haben, was zu uninformierten Entscheidungen führen kann.

Beispiel: Flixbus und der Fernbusmarkt

Das Schulbuch verwendet das Beispiel von Flixbus und dem Fernbusmarkt, um Marktversagen aufgrund von Marktmacht zu verdeutlichen. Flixbus hat auf dem Fernbusmarkt ein Quasi-Monopol errungen, was zu einer Einschränkung des Wettbewerbs geführt hat.

Argument	Kritik
Flixbus trägt das Hauptrisiko	Das ist nicht die Hauptaussage von Karl Marx
Der Staat hat zugelassen, dass Flixbus ein Monopol errungen hat	Das ist ein Beispiel für falsch verstandenen Liberalismus
Der Wettbewerb bricht sich Bahn	Das ist eine These der neoliberalen Chicago-Schule, die nicht unbedingt zutrifft

Lösungsmöglichkeiten für Marktversagen

Es gibt verschiedene Lösungsmöglichkeiten für Marktversagen, darunter:

- **Regulierung:** Der Staat kann Regulierungen einführen, um den Wettbewerb zu fördern und die Marktmacht von Unternehmen zu begrenzen.
- **Subventionen:** Der Staat kann Subventionen an Unternehmen oder Haushalte zahlen, um die Externalitäten zu internalisieren.
- **Informationspolitik:** Der Staat kann Informationen über die Produkte oder Dienstleistungen bereitstellen, um die Informationsasymmetrien zu reduzieren.

Kompetenzen für Schülerinnen und Schüler

Schülerinnen und Schüler sollten in der Lage sein:

- **Relevante Fälle von globalen Megaunternehmen zu analysieren**
- **Die Inhalt, Stärken und Grenzen der deutschen und europäischen Kartell- und Fusionskontrolle darzustellen und zu bewerten**
- **Die Preisbildung im Oligopol und Monopol anhand von Preismengendiagrammen zu analysieren**
- **Maßnahmen zur Einschränkung der Marktmacht von Oligopolyen zu bewerten**
- **Den Einfluss demeritorischer Güter auf Marktversagen zu erklären##**
Kartellbildung und Wettbewerb

Definition von Kartellbildung

Kartellbildung bezeichnet die Absprache zwischen Unternehmen, um Preise, Produktionsmengen oder andere Marktbedingungen zu kontrollieren.

Beispiele für Kartellbildung

- Absprache zwischen Brauereien in den Nullerjahren, um eine Preiserhöhung zu vereinbaren
- Oligopole, bei denen Unternehmen sich abstimmen, um den Markt auszunutzen oder sich gegenseitig loszuwerden

Funktionierender Wettbewerb

Ein funktionierender Wettbewerb ist ein Markt, auf dem Unternehmen um Kunden konkurrieren und Preise, Produktionsmengen und andere Marktbedingungen frei bestimmen können.

Probleme mit der Darstellung von Oligopolen

- Oligopole werden als Ausnahme dargestellt, obwohl sie fast die Regel sind
- Es fehlen Konzepte und Schaubilder zur Preisbildung im Oligopol
- Es wird nicht vermittelt, dass Oligopole in der Regel auf der Preismengenachse nachteilig sind

Preisbildung im Oligopol

Variante	Beschreibung
Absprache	Unternehmen stimmen sich ab, um den Markt auszunutzen
Kartellbildung	Unternehmen bilden ein Kartell, um Preise und Produktionsmengen zu kontrollieren
Interdependenz	Unternehmen sind voneinander abhängig und müssen ihre Strategien anpassen
Wettbewerb	Unternehmen konkurrieren miteinander, um Kunden zu gewinnen

Lösungen gegen Oligopole

- Senkung der Umsatzschwelle, um das Kartellamt zu stärken
- Stärkung der Wettbewerbspolitik, um Oligopole zu verhindern
- Förderung von Wettbewerb und Innovation, um Unternehmen zu ermutigen, sich zu differenzieren

Kritik an der Darstellung von Oligopolen

- Die Darstellung von Oligopolen ist unvollständig und irreführend
- Es fehlen wichtige Konzepte und Schaubilder, um die Preisbildung im Oligopol zu verstehen
- Die Lösungen gegen Oligopole sind unzureichend und verniedlichen die Probleme.## Marktversagen: Informationsasymmetrien

Informationsasymmetrien sind Situationen, in denen eine Partei in einem Markt über mehr oder bessere Informationen verfügt als andere Parteien. Dies kann zu Marktversagen führen, da die Partei mit den besseren Informationen ihre Position ausnutzen kann.

Informationsasymmetrie: Eine Situation, in der eine Partei in einem Markt über mehr oder bessere Informationen verfügt als andere Parteien.

Beispiele für Informationsasymmetrien:

- **Principal-Agent-Problem:** Eine Situation, in der ein Auftraggeber *Principal* einen Auftragnehmer *Agent* beauftragt, der jedoch nicht immer im besten Interesse des Auftraggebers handelt.
- **Moral Hazard:** Eine Situation, in der eine Partei ein Risiko eingeht, weil sie weiß, dass sie nicht für die Folgen ihres Handelns verantwortlich gemacht wird.

Kritik an der Darstellung von Informationsasymmetrien im Lehrbuch

Das Lehrbuch behandelt Informationsasymmetrien sehr oberflächlich und kritiklos. Es fehlt an einer differenzierten Darstellung der verschiedenen Arten von Informationsasymmetrien und ihrer Auswirkungen auf den Markt.

Kritikpunkte	Begründung
Oberflächliche Darstellung	Das Lehrbuch behandelt Informationsasymmetrien nur sehr oberflächlich und geht nicht auf die verschiedenen Arten von Informationsasymmetrien ein.
Kritiklose Darstellung	Das Lehrbuch kritisiert die Darstellung von Informationsasymmetrien nicht und geht nicht auf die Auswirkungen auf den Markt ein.

Kompetenzen für Schülerinnen und Schüler

Schülerinnen und Schüler sollten die folgenden Kompetenzen erwerben, um mit den Themen Marktmacht und Informationsasymmetrien umzugehen:

- **Relevante Fälle von globalen Problematiken** analysieren und einschätzen
- **Stärken und Grenzen der deutschen Kartell- und Fusionskontrolle** sowie der EU-Ebene einschätzen
- **Wettbewerbspolitische Leitbilder** unterscheiden
- **Preisbildung im Oligopol** sachlich analysieren
- **Notwendigkeit und Chancen der Regulierung** diskutieren

Externalitäten und Marktversagen

Externalitäten sind Situationen, in denen eine Partei in einem Markt eine Handlung vornimmt, die Auswirkungen auf andere Parteien hat, ohne dass diese Parteien für diese Auswirkungen bezahlen müssen.

Externalität: Eine Situation, in der eine Partei in einem Markt eine Handlung vornimmt, die Auswirkungen auf andere Parteien hat, ohne dass diese Parteien für diese Auswirkungen bezahlen müssen.

Beispiele für Externalitäten:

- **Klimawandel:** Der Klimawandel ist ein Beispiel für eine negative Externalität, da die Auswirkungen des Klimawandels auf die Umwelt und die Gesellschaft nicht von den Parteien getragen werden, die für den Klimawandel verantwortlich sind.
- **Luftverschmutzung:** Luftverschmutzung ist ein Beispiel für eine negative Externalität, da die Auswirkungen der Luftverschmutzung auf die Gesundheit und die Umwelt nicht von den Parteien getragen werden, die für die Luftverschmutzung verantwortlich sind.## Internalisierung Externer Kosten

Internalisierung externer Kosten ist ein Konzept, das darauf abzielt, die Kosten von Umweltschäden und anderen externen Effekten in die Preise von Gütern und Dienstleistungen einzubeziehen.

"Internalisierung externer Kosten bedeutet, dass die Kosten von Umweltschäden und anderen externen Effekten in die Preise von Gütern und Dienstleistungen einbezogen werden, um sicherzustellen, dass die Marktpreise die wahren Kosten von Umweltschäden widerspiegeln."

Probleme mit der Internalisierung Externer Kosten

- Die Internalisierung externer Kosten ist schwierig, da die Kosten von Umweltschäden und anderen externen Effekten oft nicht genau quantifiziert werden können.
- Die Internalisierung externer Kosten kann zu höheren Preisen für Güter und Dienstleistungen führen, was negative Auswirkungen auf die Wirtschaft haben kann.
- Die Internalisierung externer Kosten kann auch zu einer Verteilung von Kosten auf bestimmte Gruppen oder Branchen führen, was zu sozialen und politischen Konflikten führen kann.

Standardpreisansatz vs. Internalisierung Externer Kosten

Der Standardpreisansatz ist ein Konzept, das darauf abzielt, die maximale Menge an Umweltschäden zu definieren, die ein Unternehmen oder eine Branche verursachen darf.

	Standardpreisansatz	Internalisierung Externer Kosten
Ziel	Maximale Menge an Umweltschäden definieren	Kosten von Umweltschäden in Preise einbeziehen
Vorteile	Einfacher zu implementieren, da keine genaue Quantifizierung von Kosten erforderlich ist	Marktpreise widerspiegeln die wahren Kosten von Umweltschäden
Nachteile	Kann zu einer Verteilung von Kosten auf bestimmte Gruppen oder Branchen führen	Schwierig zu implementieren, da genaue Quantifizierung von Kosten erforderlich ist

Emissionshandel vs. CO2-Steuer

Der Emissionshandel ist ein System, bei dem Unternehmen und Branchen Zertifikate für die Emission von Treibhausgasen kaufen und verkaufen können.

	Emissionshandel	CO2-Steuer
Ziel	Reduzierung von Treibhausgasemissionen	Reduzierung von Treibhausgasemissionen
Vorteile	Flexibilität für Unternehmen und Branchen, da sie Zertifikate kaufen und verkaufen können	Einfacher zu implementieren, da keine Zertifikate erforderlich sind
Nachteile	Kann zu einer Verteilung von Kosten auf bestimmte Gruppen oder Branchen führen	Kann zu höheren Preisen für Güter und Dienstleistungen führen

Herausforderungen bei der Implementierung von Umweltmaßnahmen

- Die Implementierung von Umweltmaßnahmen kann zu höheren Preisen für Güter und Dienstleistungen führen.
- Die Implementierung von Umweltmaßnahmen kann auch zu einer Verteilung von Kosten auf bestimmte Gruppen oder Branchen führen.
- Die Implementierung von Umweltmaßnahmen kann schwierig sein, da genaue Quantifizierung von Kosten erforderlich ist.

Fazit

Die Internalisierung externer Kosten und der Standardpreisansatz sind zwei Konzepte, die darauf abzielen, die Kosten von Umweltschäden und anderen externen Effekten in die Preise von Gütern und Dienstleistungen einzubeziehen. Der Emissionshandel und die CO2-Steuer sind zwei Instrumente, die zur Reduzierung von Treibhausgasemissionen eingesetzt werden können. Die Implementierung von Umweltmaßnahmen kann jedoch schwierig sein und zu höheren Preisen für Güter und Dienstleistungen führen.## Klimapolitik und Emissionshandel

Cap and Trade

Cap and Trade ist ein marktwirtschaftliches Instrument, das die Menge an Treibhausgasemissionen begrenzt und Unternehmen erlaubt, Emissionsrechte zu handeln. Theoretisch ist dies ein effizientes System, aber in der Praxis gibt es Probleme.

- Die Menge an Emissionsrechten ist oft zu hoch, was zu einem Überangebot führt.
- Die Preise für Emissionsrechte sind oft zu niedrig, um Unternehmen zu motivieren, ihre Emissionen zu reduzieren.

Emissionshandel in der EU

Der Emissionshandel in der EU ist ein System, das die Menge an Treibhausgasemissionen begrenzt und Unternehmen erlaubt, Emissionsrechte zu handeln. Der Preis für Emissionsrechte ist jedoch gedeckelt, um zu verhindern, dass die Preise zu hoch werden und die Wirtschaft beeinträchtigen.

Jahr	Preis für Emissionsrechte
2030	45 €

Kritik an der Klimapolitik

Einige Experten, wie Thomas Meyer, kritisieren die Klimapolitik als unzureichend und unrealistisch. Sie argumentieren, dass die Ziele der Klimapolitik nicht erreicht werden können, wenn die Preise für Emissionsrechte zu niedrig sind.

Grenzausgleich

Der Grenzausgleich ist ein Mechanismus, der Unternehmen, die Emissionsrechte kaufen müssen, entlastet, wenn sie exportieren. Dieser Mechanismus ist jedoch problematisch, da er Unternehmen nicht motiviert, ihre Emissionen zu reduzieren.

Unternehmen	Emissionsrechte	Export
A	100 €	100 €
B	50 €	50 €

Lösungsmöglichkeiten

Es gibt verschiedene Lösungsmöglichkeiten für die Probleme der Klimapolitik:

- **Ordnungsrecht:** Ein System, das bestimmte Verbote und Vorschriften für die Reduzierung von Treibhausgasemissionen enthält.
- **Steuerlösungen:** Ein System, das Steuern auf Treibhausgasemissionen erhebt, um Unternehmen zu motivieren, ihre Emissionen zu reduzieren.
- **Alternative Leitbilder:** Ein System, das alternative Ziele und Werte für die Wirtschaft und die Gesellschaft enthält, um die Reduzierung von Treibhausgasemissionen zu fördern.

"Die Klimapolitik muss umfassender und ambitionierter werden, um die Ziele der Pariser Vereinbarung zu erreichen."## Post-Wachstumsökonomie und nachhaltige Zukunftsvisionen

Post-Wachstumsökonomie bezeichnet eine wirtschaftliche Systematik, die sich von der traditionellen Wachstumsorientierung abwendet und stattdessen auf Nachhaltigkeit und soziale Gerechtigkeit setzt.

"Eine Post-Wachstumsökonomie ist ein Wirtschaftssystem, das nicht mehr auf ständigem Wachstum und Expansion basiert, sondern auf der Befriedigung der Grundbedürfnisse der Menschen und der Erhaltung der natürlichen Ressourcen."

Ein Beispiel für eine nachhaltige Zukunftsvision ist eine Welt ohne Autos, in der stattdessen **selbstfahrende Kleinbusse** den öffentlichen Verkehr übernehmen. Dies würde zu einem Rückbau der Straßen, mehr **Spielstraßen** und **grünen** Flächen führen und den **Lärm** reduzieren.

Herausforderungen und Chancen der Umsetzung

Die Umsetzung einer Post-Wachstumsökonomie und nachhaltiger Zukunftsvisionen birgt Herausforderungen, aber auch Chancen:

Herausforderung	Chance
Umstellung der Wirtschaftsstruktur	Schaffung neuer Arbeitsplätze und Branchen
Änderung des Konsumverhaltens	Reduzierung des Ressourcenverbrauchs und der Umweltbelastung
Überwindung von Widerständen	Förderung von Innovation und Kreativität

Perspektiven und Ziele

Die Perspektiven und Ziele einer Post-Wachstumsökonomie und nachhaltiger Zukunftsvisionen sind vielfältig:

- **Nachhaltigkeit:** Erhaltung der natürlichen Ressourcen und Reduzierung der Umweltbelastung
- **Soziale Gerechtigkeit:** Befriedigung der Grundbedürfnisse der Menschen und Förderung von Chancengleichheit
- **Innovation:** Förderung von Kreativität und Innovation in der Wirtschaft und Gesellschaft