Marktstrategien

[Libertärer Paternalismus – „Nudging“ --- 1](#_Toc182315885)

[Staatliche Alternativen zum Nudging --- 2](#_Toc182315886)

[Entscheidungsfindung – Individuen --- 2](#_Toc182315887)

[(Wie) können Dilemmasituationen gelöst werden --- 2](#_Toc182315888)

[Preisbildung auf Märkten --- 3](#_Toc182315889)

[Angebot/Nachfrage: traditionell funktioniert nicht --- 3](#_Toc182315890)

[Bsp.: (E-)Autos: Ist die Abwrackprämie 2.0 sinnvoll? --- 3](#_Toc182315891)

[Marktmacht – Sollen GAFAM „zerschlagen“ werden? --- 4](#_Toc182315892)

# Libertärer Paternalismus – „Nudging“ ---

Definition: Die Entscheidungsfreiheit der Menschen stehe im Vordergrund und soll durch politisches Wirken erhalten, gestärkt und ausgebaut werden. Der Staat bewegt die Bürger (~ „Nudging“) zu einem gesünderen, besseren Lebensstil.

Es werden staatliche Maßnahmen ergriffen, um Bürger zu einem wünschenswerterem, gemeinwohlorientiertem Verhalten zu bewegen. Die Entscheidungsarchitektur wird so verändert, dass Menschen häufiger Entscheidungen zu ihrem eigenen Wohl treffen, ohne dass Einschränkungen auftreten.

* „Nudging“

Beispiele „Nudging“: Framing (z.B. Obst auf Augenhöhe), Defaults (z.B. Häkchen/Auswahl bereits gesetzt)

|  |  |
| --- | --- |
| *Modell des Homo Oeconomicus* | *Verhaltensökonomie: Anomalien menschlicher Entscheidungen* |
| * Einflüsse auf die Entscheidung * Präferenzen * Restriktionen * Menschen entscheiden rational nach einer Kosten-Nutzen-Analyse für die Option, die ihnen (relativ) den größten Nutzen bringt | * Menschen werden von Umgebungsinformationen beeinflusst * (Anker-)Heuristiken * Vorurteile, Vereinnahmung * Überschätzung der eigenen Fähigkeiten * „Over-confident-bias“ * Überbewertung des (eigenen) Eigentums * Besitztumseffekt * Verluste werden höher gewichtet als Gewinne * Verlustaversion |
|  | Eventuelle Lösung: Libertärer Paternalismus |

Konzeptanalyse (Bewertung):

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| *Kriterium* | *Pro* | *Contra* |
| *Effektivität* | * Nudges können menschliches Verhalten mit wenig Aufwand/Kosten verändern | * Es ist fraglich, ob Nudges wirklich Einstellungen verändern können oder „nur“ (akutes) Verhalten/kurzfristige Entscheidungen |
| *Nachhaltigkeit* | * Menschen stellen kurzfristigen Nutzen über nachhaltigen Nutzen * Durch Nudges kann dieses Verhalten geändert werden | * Nudges und visuelle Hinweise nutzen sich mit der Zeit ab |
| *Freiheit* | * Die Entscheidungsoptionen werden nicht eingeschränkt | * Der Staat sollte nicht entscheiden, was für die Bürger gut ist |
| *Legitimität* | * Die Regierung wird indirekt durch Wahlen als Entscheidungsmacht legitimiert * Die Entscheidungen der Bürger werden dahingegen beeinflusst, dass diese dem Wohl des Bürgers und der Gemeinschaft fördern * Menschen treffen unüberlegte Entscheidungen, aus denen ein Nachteil entstehen kann * Diesem könnte der Staat mit Nudges entgegenwirken | * Die Regierung ist nicht legitimiert, die Entscheidungen der Bürger zu beeinflussen * Der Staat sollte nicht darüber entscheiden, was gut für die Bürger sei * Gefahr der Manipulation |
| *Beispiel: Organspende* | * Wenn „Spenden“ als Standardoption ausgewiesen wird, würde dies die Anzahl des spendenden Personen sehr wahrscheinlich erhöhen | * Der Staat sollte nicht über die Einwilligung zur Organspende entscheiden * Die Default-Option würden viele Menschen akzeptieren, ohne sich (meist ausreichend) Gedanken gemacht zu haben |

# Staatliche Alternativen zum Nudging ---

Allgemein:

* Finanzielle Anreize
* Steuern, Steuererlasse, Subventionen
* Regulierung (🡪 Ordnungspolitik), Verbote
* Bildungs-/Informationskampagnen (evtl. Nudging)
* Substitutionsmöglichkeiten schaffen/fördern (z.B. E-Ladenetz)

# Entscheidungsfindung – Individuen ---

Frage: Wie treffen Individuen Entscheidungen im klassischen Ökonomiemodell?

* Siehe AB: [Opportunitätskosten und Budgetgerade](https://d.docs.live.net/998d6479948bf274/Desktop/Schule/Kursstufe/Wirtschaft/off/M2%20-%20Opportunitätskosten%20und%20Budgetgerade.pdf)

# (Wie) können Dilemmasituationen gelöst werden ---

1. Was ist die Dilemmasituation

* Siehe [Datei Definition Dilemmasituation](https://d.docs.live.net/998d6479948bf274/Desktop/Schule/Kursstufe/Wirtschaft/off/Definition%20Dilemmasituation.pdf)

1. Lösungsmöglichkeiten

* Bei Gefangenendilemma
* Falls eine Lösung gewünscht ist, kann dies über den Aufbau von Vertrauen und die Schaffung von Regimen (als Abkommen z.B. Freihandelsabkommen) und Institutionen (evtl. mit Sanktionsmöglichkeiten) geschaffen werden.
* Tragik der Allmende

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | *Beschreibung* | *Pro* | *Contra* |
| Privatisierung | Das Allmendegut wird privatisiert; Anteile werden verkauft oder versteigert | * Das Gut wird effizient bewirtschaftet | * Andere potenzielle Nutzer werden ausgeschlossen * Wachsende Ungleichheit * Nicht bei allen Allmendegütern umsetzbar (z.B. Hochseefischerei) |
| Vergesellschaftung  (~Verstaatlichung) | Das Allmendegut wird verstaatlicht: der Staat reguliert den Zugang | * Der Staat kann gleiche Zugangsrechte ermöglichen * Nutzung des Gutes kann dem Allgemeinwohl dienen | * Kein Anreiz zum effizienten Umgang mit dem Gut * Willkür und Korruption möglich * Vergesellschaftung nicht immer umsetzbar (z.B. Hochseefischerei) * Überwachung/Kontrolle und Sanktionierung bei Verstößen kann schwierig sein |
| Mischform | Der Staat vergibt Erlaubnistitel zur privatwirtschaftlichen Nutzung des Allmendeguts | * Das Gut wird effizient bewirtschaftet * Der Staat kann die Nutzung des Gutes regulieren/begrenzen und für gleiche Zugangsrechte sorgen * Nutzung des Gutes kann dem Allgemeinwohl dienen | * Dies kann zu Ungleichheit führen, jedoch gemäßigter als bei einer Privatisierung * Globale Allmendegüter können nur schwer kontrolliert und sanktioniert werden |
| Kollektivierung | Die Gemeinschaft reguliert den Zugang zu dem Allmendegut autonom: Mitglieder kontrollieren sich gegenseitig | * Hohe Zugangsgleichheit * Bei überschaubaren Dimensionen 🡪 effiziente Sanktionierung * Sozial | * Bei Anonymität treten Trittbrettfahrer auf und die Einhaltung von Regeln kann nicht überwacht und durchgesetzt werden |

# Preisbildung auf Märkten ---

Wichtig: Bei Betrachtungen wird immer nur eine Variable geändert.

Prohibitivpreis: Kleinster Preis, zu dem keine Einheit des angebotenen Gutes mehr nachgekauft wird.

1. Definition
   1. Was versteht man unter einem Markt?

* Siehe [AB](https://d.docs.live.net/998d6479948bf274/Desktop/Schule/Kursstufe/Wirtschaft/off/M2%20-%20Martk(formen)%20-%20AB%20-%20Infoblatt.pdf)
  1. Was versteht man unter Preisbildung?
* Das Zustandekommen eines Preises auf einem Markt durch das Zusammenspiel aus Angebot und Nachfrage.

1. Wie kommt ein Preis zustande?

* Siehe [AB](https://d.docs.live.net/998d6479948bf274/Desktop/Schule/Kursstufe/Wirtschaft/off/M3%20-%20Preisbildung%20-%20AB.pdf)

1. Was passiert bei einer Veränderung des Angebots oder der Nachfrage?

* Siehe AB (Mietpreiserhöhung)

1. Welche Faktoren haben Einfluss auf Angebot und Nachfrage?

|  |  |
| --- | --- |
| **Einflussfaktoren auf die Preisbildung (Bildung eines Gleichgewichtspreis) am Markt** | |
| *Auf das Angebot* | *Auf die Nachfrage* |
| * Preis * Produktionskosten * Ressourcenverfügbarkeit * Technische Entwicklung * Steuern und Subventionen * Preise der Konkurrenz und anderer Güter * Gewinnerwartung | * Preis * Nutzeneinschätzung des Nachfragers * Bessere Qualität ~ Mehr Nutzen * Produkt im Trend? * Bandwaggon Prinzip * Exklusivität * Snob-Güter * Vorhandensein/Preis/Qualität eines Substituts * Künstliche Verknappung * Veblen-/Prestige-Güter * Steigende Nachfrage bei steigendem Preis * Statusvergleich * Physische/Psychische Abhängigkeit |

Fazit: Bei vielen Gütern hängt die Nachfrage maßgeblich vom Preis ab, es existieren jedoch weitere Faktoren, die die Nachfrage beeinflussen, z.B. Einkommen, Preis von Substitutionsgütern, Bedürfnissen, usw. Bei manchen Gütern (Veblen-Güter) steigt die Nachfrage bei einem steigenden Preis

# Angebot/Nachfrage: traditionell funktioniert nicht ---

Weblemgüter: Preis

Snobgüter: Exklusivität

# Bsp.: (E-)Autos: Ist die Abwrackprämie 2.0 sinnvoll? ---

1. ) Basissatz
2. Was ist die Abwrackprämie 2.0? (Bewerten)

* Verkauft der Konsument sein Verbrenner-Auto für ein Elektroauto, so erhält er beim Verkauf eines Neuwagens 6000€, bei einem Gebrauchtwagen 3000€

1. Wie funktioniert die Abwrackprämie 2.0? (Erklären)

* Siehe PowerPoint
* Im klassischen Ökonomiemodell führen Staatseingriffe (z.B. Subventionen) immer zu Wohlfahrtsverlusten.

1. Was spricht für/gegen die Abwrackprämie 2.0?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Kriterium*** | ***Pro*** | ***Contra*** |
| *Effizienz* |  | * Es gibt möglicherweise (kosten-)effizientere Möglichkeiten, den Absatz von Elektroautos zu fördern, z.B. * Ausbau des E-Ladenetzes * Umweltprämie * Rahmenbedingungen schaffen * Z.B. EU-Verbrenner-Aus |
| *Effektivität* | * Die Abwrackprämie 2.0 kann einen Boost für die deutsche Autoindustrie darstellen | * Eingriff in die Preisbildung * Wohlfahrtsverlust * Die Anbieter könnten ihre Preise unmittelbar davor künstlich erhöhen * Die Abwrackprämie 2.0 könnte v.a. ausländischen Automobilherstellern zugutekommen |
| *Ökonomische*  *Nachhaltigkeit* |  | * Die Abwrackprämie 2.0 löst nicht die strukturellen Probleme der deutschen Automobilindustrie * Die Mittel könnten evtl. effizienter eingesetzt werden * Eine befristete Abwrackprämie führe nur dazu, dass potenzielle Käufer ihre Kaufentscheidung vorziehen und keine neuen Käufer schaffen (/akquirieren) |
| *Ökologische*  *Nachhaltigkeit* | * Elektroautos verbrauchen über ihren Lebenszyklus weniger Ressourcen und stoßen weniger Emissionen aus als Verbrenner |  |
| *Anreizwirkung* | * Die Abwrackprämie 2.0 schafft einen Anreiz, Elektroautos zu kaufen * Wenn Konsumenten auf ein Elektroauto umsteigen, ist die Wahrscheinlichkeit hoch (~2/3), dass der nächste Autokauf auch ein Elektroauto sein wird. |  |

# Marktmacht – Sollen GAFAM „zerschlagen“ werden? ---

1. Was versteht man unter einer „Zerschlagung“?

* Unter einer Zerschlagung (~Entflechtung) versteht man das Aufbrechen und den Verkauf einzelner Branchen, bzw. Bestandteile eines Unternehmens.
  1. Was versteht man unter einem Monopol/Oligopol?
* Siehe AB

1. Was sind die Ziele der Wettbewerbspolitik?

* Ziele der Wettbewerbspolitik sind
* Schaffung eines freien Wettbewerbs
* Vorbeugung von Monopolen
* Bereitstellung eines freien Marktzutritts
* Entgegenwirken von Marktmächten
* Verhinderung von Machtmissbrauch
* Für die Umsetzung ist auf deutscher Ebene das Kartellamt zuständig, auf EU-Ebene die EU-Kommission.

1. Missbrauchen die GAFAM-Unternehmen ihre Marktmacht?

* (JA) Die GAFAM-Unternehmen haben eine marktbeherrschende Stellung, weil
* Sie zusammen mehr als 2/3 des Online-Werbemarktes stellen.
* Google allein im Suchmaschinenmarkt einen Anteil von mehr als 40% (\*92%) aufweist.
* Google und Facebook zusammen einen Marktanteil von mehr als 50% am Online-Werbemarkt besitzen.
* Google allein einen Browser-Marktanteil von über 40% (\*44%) stellt, mit Apple zusammen von über 50% (\*65%)
* Amazon im Online-Handel mit einem Marktanteil von über 40% (\*53%) dominiert
* (Ja) Die GAFAM-Unternehmen nutzen ihre marktbeherrschende Stellung aus, da sie
* Die Konkurrenz auf ihren Plattformen benachteiligen und ihre eigenen Produkte/Dienstleistungen bevorzugen.
* (Potenzielle) Konkurrenten aufkaufen, bevor sie zu groß werden.
* (Potenzielle) Konkurrenten von ihren Plattformen ausschließen.

1. Ist eine Zerschlagung GAFAS tragbar/legal?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Kriterium*** | ***Pro*** | ***Contra*** |
| *Legalität* | * GAFAM haben eine marktbeherrschende Stellung und missbrauchen diese * Einschränkung des Wettbewerbs * Entflechtungen sind grundsätzlich möglich * Das Kartellamt kann Unternehmen alle Maßnahmen aufgeben, die den Machtmissbrauch beheben können. | * Es muss ein erhebliches Risiko anhaltender und wiederholender Zuwiderhandlung bestehen * Schwer nachweisbar * Die Maßnahmen des Kartellamtes müssen verhältnismäßig sein * Zu Entflechtungen darf nur als letzte Maßnahme getätigt werden * Das GWB enthält keine Entflechtungsregelung |

1. Sollen die GAFAM-Unternehmen entflochten werden?

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| ***Kriterium*** | ***Pro*** | ***Contra*** |
| *Effektivität* | * Die GAFAM-Unternehmen benachteiligen potentielle Konkurrenten, indem sie diese * Aufkaufen * Von ihren Plattformen ausschließen * Eine Entflechtung kann dem entgegenwirken * Die GAFAM-Unternehmen stehlen selbst Geistiges Eigentum (z.B. Amazon mit *Amazon Basics*) | * Monopole sind nicht unbedingt schlecht * Konsumenten profitieren n manchen Bereichen von sogenannten Skaleneffekten * Nutzen der Plattform wird für Individuen größer, wenn sie mehr Personen nutzen. * Die Schaffung eines digitalen Ökosystems bietet den Nutzern Vorteile (z.B. Kontenverknüpfung) * Nach Auslaufen der Patente der GAFAM-Unternehmen können sie auch von anderen Unternehmen genutzt werden. * Unternehmen werden immer eine Monopolstellung anstreben * Dies führt zu Innovation * Die GAFAM-Unternehmen können Innovationen effektiver nutzen und schneller ans Volk bringen * **Skaleneffekt** |
| *Effizienz* | * Die Effizienz einer Entflechtung könnte zusätzlich erhöht werden, wenn die *Gatekeeper* durch staatlich geförderte Open-Source-Alternativen ersetzt werden | * Es gäbe Möglichkeiten, den Wettbewerb zu stärken, ohne die GAFAM-Unternehmen zerschlagen zu müssen, in dem bspw. ihre Daten Konkurrenten anonymisiert zur Verfügung gestellt werden. |
| *Politische*  *Durchsetzbarkeit* |  | * Aktuell gibt es unter den Parteien keine Mehrheit für eine Entflechtung * Eine Entflechtung auf europäischer Ebene würde vermutlich auch zu Spannungen mit den USA führen |
| *Verbraucherschutz* | * Durch die enorme Menge an Daten und die Verknüpfung von sozialen Medienplattformen und Marketplaces können die GAFAM-Unternehmen unsere Wünsche und Interessen manipulieren. | * Die GAFAM-Dienste sind kostenlos und werden von einer Vielzahl Menschen verwendet. |
| *Sicherheit* | * Die GAFAM-Unternehmen besitzen zu viel Macht * Mit dieser Macht können sie (politischen) Einfluss nehmen |  |