

VWL Summary

Information

Zusammenfassung des VWL-Stoffes des 1. Semesters. Bitte Fehler und Ergänzungen im Gruppenchat melden.

Inhaltsverzeichnis

Information.....	1
Inhaltsverzeichnis.....	1
1 Stoffplan.....	1
2 Block I	2
2.1 Definition VWL.....	2
2.2 Kooperation/Interaktionsprobleme.....	2
2.2.1 Entstehung.....	2
2.2.2 Beispiele	2
2.3 Lösungen für Interaktionsprobleme.....	3
2.3.1 Spielregeln	3
2.3.2 Bedeutung von Spielregeln.....	3
2.3.3 Zeithorizont	4
2.3.4 Tit for Tat (wie Du mir, so ich Dir).....	4
2.3.5 Jesusstrategie	4
2.3.6 Beispiel Musikaustauschbörse.....	4
2.4 Gefangenendilemma.....	5
2.5 Verhalten	6
2.5.1 Altruistisches Verhalten	6
2.5.2 Egoistisches Verhalten	7
2.5.3 Reziprokes Verhalten (Reprozität).....	7
3 Homo Oeconomicus	7
3.1 Ökonomisches Denken	7
3.1.1 Anreize	7
3.1.2 Alternativen	8
3.1.3 Opportunitätskosten.....	8

3.1.4	Zielkonflikte (Trade-offs = Kompromisse).....	8
3.1.5	Marginalprinzip.....	9
4	Grundlagen der Mikroökonomie.....	9
4.1	Modell.....	9
4.1.1	Begriffe.....	9
4.1.2	Voraussetzung für die Anwendung des Marktmodells	9
4.2	Wirtschaftskreislauf	10
4.3	Märkte	10
4.4	Nachfragekurve.....	10
4.4.1	Verschiebung	10
4.4.2	Herleitung (kommt nicht an Prüfung).....	11
4.5	Angebotskurve.....	11
4.5.1	Verschiebung	11
4.5.2	Herleitung	11
4.6	Zusammenspiel von Angebot- und Nachfrage	12
	Regel	12
4.6.1	Rezept	12
4.6.2	Nachfrageüberschuss.....	12
4.6.3	Angebotsüberschuss.....	12
4.7	Elastizitäten (kommt an Prüfung).....	12
4.8	Renten (= Vorteile).....	13
4.8.1	Konsumentenrente (Für totale Kons.-Rente -> Fläche ausrechnen -> $x \cdot y/2$).....	13
4.8.2	Produzentenrente (Für totale Prod.-Rente -> Fläche ausrechnen -> $x \cdot y/2$).....	13
4.8.3	Beispiel Subvention	14
4.9	Staatseingriffe	16
4.9.1	Subventionen.....	16
4.9.2	Mindestpreis	16
4.9.3	Höchstpreis	16
4.9.4	Nachteile	16
4.10	Marktwirtschaft vs. Planwirtschaft (als Wirtschaftssystem = Kommunismus?)	16
4.10.1	Probleme von grossen Firmen Bei Organisationen (z.B. Unternehmen) wo Leistungen hierarchisch koordiniert werden, ergeben sich vermehrt Koordinations- und Motivationsprobleme.	17
4.11	Die Rolle von Marktpreisen (3x Lenkungsfunktionen der Preise).....	17
4.12	Nutzen des Marktes	17

4.13	Informationsfunktion des Marktes	17
4.13.1	Börse	18
5	Staat.....	19
5.1	Aufgaben des Staats	19
5.1.1	Durchsetzung von Eigentums- und Vertragsrechten	19
5.1.2	Vertragsrechte	20
5.1.3	Marktversagen.....	20
5.2	Marktmacht.....	20
5.2.1	Probleme durch das Monopol	20
5.2.2	Entstehung.....	21
5.2.3	Begriffe.....	22
5.2.4	Kostendegressionseffekt	22
5.2.5	Netzwerkeffekt.....	22
5.2.6	Lock-in Effekt	22
5.2.7	Tipp für Start-Up	22
5.2.8	Lösung / Aufgabe des Staates.....	23
5.3	Externe Effekte	23
5.3.1	Externe Kosten	23
5.3.2	Externer Nutzen	23
5.3.3	Lösung/Aufgabe des Staates	23
5.4	Öffentliche Güter / Allmendegüter.....	23
5.5	Asymmetrische Informationen (Informationsproblem).....	24
5.5.1	Adverse Selection	24
5.5.2	Moral-Hazard	25
5.5.3	Hold-up.....	26
5.5.4	Signale (Signal = Botschaft)	26
5.6	Staatsversagen.....	28
5.6.1	Ineffiziente Regulierungen (komplizierte Gesetze sind teuer!).....	28
5.6.2	Interessengruppen und Rent-Seeking (suchen nach unverdienten Vorteilen).....	28
6	Arbeitslosigkeit.....	29
6.1	Berechnung	29
6.2	Formen der Arbeitslosigkeit	29
6.2.1	Strukturelle Arbeitslosigkeit	29
6.2.2	Friktionelle Arbeitslosigkeit	30

6.2.3	Sockelarbeitslosigkeit	30
6.3	Angebot und Nachfrage	30
6.3.1	Gleichgewicht bei flexiblem Arbeitsmarkt	32
6.3.2	Fixer Arbeitsmarkt (siehe Punkt 6.4.1 Fixer Lohn).....	32
6.3.3	Nachfrageschock	33
6.4	Regulierung des Arbeitsmarktes	33
6.4.1	Fixer Lohn	33
6.4.2	Mindestlohn.....	33
6.5	Produktivität und Arbeitslosigkeit	34
6.5.1	Geht uns Arbeit aus	35
6.6	Schweizerische Arbeitsmarktpolitik.....	36
6.7	Informationsasymmetrien und Erfolg.....	36
6.7.1	Adverse-Selection (negativen Auslese).....	36
6.7.2	Moral-Hazard (moralisches Fehlverhalten).....	37
6.7.3	Hold-up (Überfall).....	37
6.8	Zusammenfassung Asymmetrische Informationen (wichtig)	38
6.9	Leistungslöhne und Anreize	39
6.9.1	Nachteile von Leistungslöhnen	39
6.9.2	Anreize und Motivation.....	39
7	Umwelt und externe Effekte (nichts so wichtig).....	39
7.1	Externe Effekte	39
7.2	Wohlfahrtsverluste durch externe Effekte.....	40
7.3	Lösungsansätze.....	40
7.4	Formen von umweltpolitischen Massnahmen	41
7.4.1	Aufruf zu freiwilligem Umweltschutz.....	41
7.4.2	Polizeirechtlichen Umweltschutz (Regulierungen).....	41
7.4.3	Lenkungsabgaben (Pigou-Steuer)(wichtig).....	41
7.4.4	Öko-Bonus (Rückvergütung der Einnahmen).....	41
8	Prüfung.....	42
8.1	Fragen	42

1 Stoffplan

Einführung in die VWL		
<input type="checkbox"/>	Interaktionsprobleme	
<input type="checkbox"/>	Gefangenendilemma	
<input type="checkbox"/>	Strategien zur Überwindung von Kooperationsproblemen	
<input type="checkbox"/>	Bedeutung von Institutionen aufzeigen	
<input type="checkbox"/>	Praxisbeispiele	
<input type="checkbox"/>	Definition VWL	
<input type="checkbox"/>	Wirtschaftskreislauf aufzeigen	
Entscheidungen in Knappheitssituationen		
<input type="checkbox"/>	Konzept Homo Oeconomicus	
<input type="checkbox"/>	Grundsätze Ökonomisches Denken	
<input type="checkbox"/>	Beispiele	
Grundlagen der Mikroökonomie		
<input type="checkbox"/>	Definition Modell	
<input type="checkbox"/>	Begriffe und Annahmen	
<input type="checkbox"/>	Wirtschaftskreislauf	
<input type="checkbox"/>	Angebots- und Nachfragekurve	
<input type="checkbox"/>	Herleiten	
<input type="checkbox"/>	Verwenden zur Analyse von Entwicklungen	
<input type="checkbox"/>	Marktgleichgewicht erklären	
<input type="checkbox"/>	Elastizität der Nachfrage	
<input type="checkbox"/>	Berechnung	
<input type="checkbox"/>	Graphische Darstellung und Interpretation	
<input type="checkbox"/>	Wohlfahrt (Rente) erläutern	
Markt und die Bedeutung des Staats		
Preismechanismus		
<input type="checkbox"/>	Unterschied Plan-Marktwirtschaft	
<input type="checkbox"/>	Grösse als Problem	
<input type="checkbox"/>	Rolle der Marktpreise (3 Lenkungsfunktionen + Beispiel)	
<input type="checkbox"/>	Nutzen von Märkten (Funktionen + Beispiel)	
<input type="checkbox"/>	Notwendigkeit von Spielregeln (Beispiel)	
Staat		
<input type="checkbox"/>	Aufgaben des Staates	
<input type="checkbox"/>	Bedeutung der Eigentumsrechte	
<input type="checkbox"/>	Bedeutung der Vertragsrechte (Begriffe können?)	
Formen des Marktversagens		
<input type="checkbox"/>	Monopolmacht	
<input type="checkbox"/>	Externe Effekte	
<input type="checkbox"/>	Öffentliche Güter	
<input type="checkbox"/>	Informationsprobleme (inkl. Beispiel)	
<input type="checkbox"/>	Mechanismen der politischen Ökonomie	
Sockelarbeitslosigkeit		
<input type="checkbox"/>	Definition Sockelarbeitslosigkeit	
<input type="checkbox"/>	Produktivität und Lohnstückkosten	
<input type="checkbox"/>	Angebot und Nachfrage auf dem Arbeitsmarkt	
<input type="checkbox"/>	Entstehung struktureller Arbeitslosigkeit (EU vs. USA)	
<input type="checkbox"/>	Schweizerische Arbeitsmarktpolitik	

<input type="checkbox"/>	Regulierungen des Arbeitsmarktes (Mindestlohn ...)	
<input type="checkbox"/>	Produktivität und Arbeitslosigkeit	
	Informationsasymmetrien auf dem Arbeitsmarkt	
<input type="checkbox"/>	Verschiedene Arten	
<input type="checkbox"/>	Abbau von asymmetrischen Informationen	
	Arbeitnehmer	
<input type="checkbox"/>	spezifische Investitionen und Kündigung	
<input type="checkbox"/>	Einfluss der Motivation	
Externe Effekte und Umwelt		
<input type="checkbox"/>	Definition von Externen Effekten	
<input type="checkbox"/>	Folgen von externen Effekten	
<input type="checkbox"/>	Internalisierung von externen Kosten	
<input type="checkbox"/>	Umweltpolitische Instrumente (Vor- und Nachteile)	

2 Block I

2.1 Definition VWL

Die Volkswirtschaftslehre analysiert alternative Regeln, wie man Koordinationsprobleme zwischen Menschen in Unternehmen, auf dem Markt oder im Staat lösen kann. Ökonomen beschäftigen sich mit dem Verhalten von Menschen in unterschiedlichen Entscheidungssituationen.

Konkret werden drei Umfelder untersucht:

- Die **Märkte**: Wie tragen die Rechte und dessen Umsetzung dazu bei, dass es zu Handel (Interaktionen) zwischen mehr oder weniger anonymen Partner kommt? -> Anreize von alternativen Regeln
- Mensch und Unternehmen (**Hierarchie**): Welche Anreize müssen vorhanden sein damit Bedürfnisse des Menschen (Arbeitnehmer) und Unternehmen (Arbeitgeber) miteinander einhergehen?
- Gesellschaftliche Ebene: Unter welchen Umständen schliessen sich Menschen zu einem Unternehmen zusammen, was ein Nutzen für alle beteiligten Parteien bringt

2.2 Kooperation/Interaktionsprobleme

2.2.1 Entstehung

In Entscheidungssituationen bestehen zwischen wirtschaftlichen Akteuren häufig verschiedene Interaktionsprobleme, d.h. es ist häufig schwierig, die Qualität einer Leistung vor Vertragsabschluss einzuschätzen (Auswahlproblem) bzw. nach Vertragsschluss die Erstellung der Leistung zu kontrollieren (Kontrollproblem).

Interaktionsprobleme können dazu führen, dass Transaktionen auf Grund der damit verbundenen Risiken scheitern können.

2.2.2 Beispiele

- Bsp: Schuhkauf: Viele Merkmale von Schuhen kann der Nachfrager direkt bzw. vor dem Kauf überprüfen -> Grösse der Schuhe, seine Verarbeitung. Hingegen nicht überprüfen kann man, ob der Schuh tatsächlich so lange hält wie erwartet und ob er wirklich nicht durch

Kinderarbeit erstellt wurde oder ob (bei med. Gesundheitsschuhen) tatsächlich die gewünschte Wirkung eintritt. (man muss dem Verkäufer vertrauen!)

- Software, weiss nicht ob Software ok ist
- Russland, weiss nicht ob man Produkt je erhält

-> Interaktionsprobleme können dazu führen, dass Transaktionen auf Grund der damit verbundenen Risiken scheitern können.

2.3 Lösungen für Interaktionsprobleme

2.3.1 Spielregeln

Zwischen egoistischen Partner muss es bei unkooperativen Verhalten Strafe geben, diese muss glaubwürdig gedroht werden.

Spielregeln werden von Ökonomen auch als Institutionen bezeichnet. Institutionen sind alle Regeln, die mit einem Sanktionierungsmechanismus verbunden sind. Zu Institutionen gehören also so unterschiedliche Regeln wie gesellschaftliche Normen, Verträge, Gesetze, Verfassung usw.

Zur Herstellung von **Erwartungssicherheit** müssen glaubwürdige Signale ausgesendet werden. Es ist wichtig Erwartungssicherheit zu schaffen, sonst gibt es ein Gefangenendilemma und die Beste/ideale-Lösung kommt nicht zustande.

Die Herstellung von Erwartungssicherheit im Hinblick auf das Verhalten eines Akteurs ist eine Voraussetzung für das Zustandekommen einer Transaktion. Dies erfordert ein glaubwürdiges Signal, dass man ein Versprechen nicht nur halten kann, sondern auch einhalten will.

Ob sich Menschen egoistisch oder kooperativ verhalten, hängt von den Spielregeln und vom Zeithorizont (langfristig arbeiten -> bestehen grössere Anreize einen guten Ruf (Reputation) zu erarbeiten (Autoverkäufer -> Garage), als z.B. wenn ich ein Auto privat verkaufe (einmalig, Ruf ist mir egal)) ab.

Zu einer Kooperation zwischen egoistischen Individuen kommt es dann, wenn ein Akteur glaubwürdig mit „Bestrafung“ drohen kann, falls ein Mensch nicht kooperiert. Diese Drohung muss aber glaubwürdig sein!

2.3.2 Bedeutung von Spielregeln

Unterschiedliche Spielregeln führen zu unterschiedlichen Umständen (z.B. die Entwicklung verschiedener Staaten. Die Grossen Unterschiede in der Entwicklung, lassen sich auf untersch. Spielregeln (Institutionen) zurückführen.

-> Wenn Menschen nicht kooperieren, dann liegt es an falschen Spielregeln.

Beispiele (§35ff. im Buch)

Abb. 1.2: Grund für die Unterschiede sind die untersch. Spielregeln (Institutionen) der Länder. Dies führt zu unterschiedlichen Ergebnissen.

-> Grund für den höheren Reichtum der USA: hohe Anzahl an innovativen Firmen (u.A. wegen der Mentalität der Amerikaner)

Abb. 1.5: Grund für die tiefere Arbeitslosigkeit in der CH ist eine unternehmensnahe Ausbildung der jungen Menschen

-> Lehrlingswesen (Lehre eine Besonderheit der CH, im Ausland wird häufiger studiert, dies führt zu

vielen arbeitslosen, da aufgrund von Engpässen alternativ studiert wird (Geographie, Geschichte)

Abb. 1.7: Unterschiede in der Inflation: Gewisse Zentralbanken drucken zu viel Geld!

2.3.3 Zeithorizont

Kooperation funktioniert nur, wenn die Partner damit rechnen auch in Zukunft wieder miteinander zu tun haben. Kooperation benötigt die Vorstellung einer gemeinsamen Zukunft.

Langfristig Arbeiten -> bestehen grössere Anreize (guter Ruf)

Ein Occasionsauto (von einem privaten und nicht von einer Garage) kann darum zum übersteuerten Preis verkauft werden, weil der Verkäufer nicht damit rechnet weitere Geschäfte mit dem Käufer abzuwickeln. Zudem ist er auf eine gute Reputation nicht angewiesen.

2.3.4 Tit for Tat (wie Du mir, so ich Dir)

Tit for Tat ist eine Strategie, die bei egoistischen Partner anzutreffen ist. Kooperiert einer nicht, so wird auch sein Partner nicht mehr kooperieren und ihn damit strafen.

Chinas Musikmarkt, die kooperieren nicht, kann man aber nicht bestrafen, da sie keine „schützenswerte“ Musik haben und so der Spiess nicht umgedreht werden kann.

2.3.5 Jesusstrategie

Bei der Jesusstrategie kann der Partner ausgenutzt werden, da er immer kooperiert, auch wenn sein Partner dies nicht tut. Ein Fehlverhalten einer Person wird durch keine Instanz sanktioniert.

Bei einer „Jesus-Strategie“ lohnt es sich nicht mehr zu kooperieren, da sich Gesellschaftsmitglieder ausnützen lassen.

Bei Musikbörsen wird niemand bestraft weil er nur downloadet und nicht selbst Musik bereitstellt. Bzw. Nur Downloaden aber nichts bereitstellen (dieses Verhalten) ist dann zu erwarten, wenn diese fehlende Kooperationsbereitschaft nicht bestraft/sanktioniert werden kann.

Fazit: Überall wo keine Instanz zur Kontrolle bzw. Durchsetzung der Spielregeln besteht, ist die Wahrscheinlichkeit hoch, dass die Abmachungen nicht eingehalten werden, obwohl das für alle Beteiligten keine gute Lösung ist.

Bsp. Klimaschutz -> Es gibt keine Kontrollinstanz, die Verträge zur CO₂ Senkung durchsetzt. Deshalb werden die Verträge zur CO₂ Senkung oft nicht eingehalten.

2.3.6 Beispiel Musiktaschbörse

	Einführungsphase	Wachstumsphase	Reifephase
Verhalten	altruistisch	reziprok	egoistisch
Beschreibung	Aus innerer Überzeugung einen Beitrag leisten. -> Aber nicht nur: Viel anzubieten kann einem zu einem „Kenner“ machen und zu einer hohen Reputation und Anerkennung führen.	Trittfahrer schleichen sich ein, soziale Distanz wächst	Bestrafung notwendig -> Diese Mitglieder aus der Community ausschliessen, Ratings einführen, Auszeichnungen verteilen, Downloadgeschwindigkeit anhand der Reputation (Rating/Auszeichnung) festlegen.
Grösse	kleine Community	wachsende Community	grosse Community

Mögliche Lösung:

Marktmechanismen: Zur Vermeidung von Freeriding (Trittbrettfahren) können Netzwerkbetreiber auch Marktmechanismen einsetzen: Vergabe von Bonuspunkten ermöglicht schnellen Download von Files. Bonuspunkte können gekauft oder durch das Anbieten von Dateien erworben werden. Dies fördert den Anreiz der Teilnehmer, Daten anzubieten.

-> Trittbrettfahrer durch Bewertungssysteme abschrecken

-> Zwei Möglichkeiten (Verhaltensweisen): Kooperation oder Trittbrettfahren!

-> Reputation (= Anerkennung unter „peers“ also unter Gleichgesinnten)

Bsp. Open-Source-Projekt:

-> ist wohl einer der Hauptmotivationsfaktoren, um an einem OSS-Projekt teilzunehmen!

Mind. zwei Voraussetzungen für die Schaffung von Reputation erforderlich:

1. Veröffentlichungsmedium für Entwicklungsbeiträge (sog. „history-files“), die mit den Programmen verteilt werden, markieren die Beiträge der Software-Entwickler. (Schaffung von Transparenz)

2. Anerkennung durch andere Software-Entwickler (z.B. durch erfolgreichen Projektabschluss als Projektverantwortlicher -> lässt sich dies als Anerkennung durch ein Team von hochmotivierten Software-Entwicklern interpretieren, ansonsten wären diese längst abgewandert zu einem anderen OSS-Projekt)

2.4 Gefangenendilemma

Ökonomen gehen davon aus, dass vielen alltäglichen Interaktionssituationen ein Gefangenendilemma anzutreffen ist. Die fehlende Kooperationsbereitschaft wird in der Ökonomie häufig mit dem sog. Gefangenendilemma beschrieben.

-> **Fazit:** Es kommt zu keiner Kooperation, obwohl eine Zusammenarbeit sinnvoll ist!

Ein Gefangenendilemma entsteht immer dann, wenn eine Partei zwischen kooperativem und unkooperativem Verhalten entscheiden muss. Es gibt drei verschiedene Ausgänge:

Beide kooperieren	Nur einer kooperiert (Trittbrettfahrer)
Nur einer kooperiert (Trittbrettfahrer)	Niemand kooperiert

Bsp:

entsprechenden Vereinbarung – die Strategie des Schweigens wählt.

Abbildung 1: Gefangenendilemma

Handwritten note: Ideale Situation! (für beide Gefangenen)

		Gefangener A	
		nicht gestehen	gestehen
Gefangener B	nicht gestehen	1 Jahr / 1 Jahr	3 Monate / 10 Jahre
	gestehen	10 Jahre / 3 Monate	8 Jahre / 8 Jahre

Quelle: Voigt (2002), S. 47

Handwritten note: Die Beste Variante kommt nicht zu stande, weil für die Gefangenen keine Möglichkeit besteht, die Abmachung durchzusetzen!

Die Anreize beider Akteure können in der Sprache des Gefangenendilemmas auch so beschrieben werden: Für beide Akteure ist es dominant, nicht mit dem anderen zu kooperieren, sondern zu **defektieren**.

Handwritten note: Legal

Lösung des Gefangenendilemmas (mit legalen Mitteln ist das ja nicht möglich!):

Handwritten title: Lösung des Gefangenendilemmas → Mafialösung (Lösung durch Regeländerung)

		Gefang. A	
		nicht gestehen	gestehen
Gefangener B	nicht gest.	1 Jahr / 1 Jahr	Tod / 10 Jahre
	gestehen	10 Jahre / Tod	Tod / Tod

Um einem Gefangenendilemma entgegenzuwirken bedarf es an guten bzw. geeigneten institutionellen Spielregeln!

-> Konkret: Erwartungssicherheit schaffen, sonst gibt es ein Gefangenendilemma und die Beste/idealste Lösung kommt nicht zustande.

Bsp: Um dem „Krankfeiern“ entgegenzuwirken, wird nicht 100% Lohnausfall bezahlt, sondern nur 70-80% und dies zeitlich (z.B. auf 2 Jahre) begrenzt. Durch diese Spielregeln, wird der Missbrauch eingedämmt.

2.5 Verhalten

2.5.1 Altruistisches Verhalten

Selbstloses Verhalten das auf Freude, Kollegialität und Prinzipien basiert. (so nach dem Prinzip: Ich helfe Dir weil ich Dich nett finde)

2.5.2 Egoistisches Verhalten

Homo oeconomicus -> Homo Oeconomicus bezeichnet einen Menschen, der primär durch ökonomische Interessen motiviert wird. Er ist eigennützig und will sein Nutzen maximieren. (für ihn ist es rational, möglichst viele Dateien herunterzuladen, ohne selbst welche anzubieten. (Trittbrettfahren))

2.5.3 Reziprokes Verhalten (Reproxität)

Gegenseitigkeit: Ich gebe Dir Nachhilfe, weil Du mir im anderen Fach hilfst. (Vermeintlich selbstloses Verhalten. Jedoch wird eine Gegenleistung erwartet.)

3 Homo Oeconomicus

Homo Oeconomicus bezeichnet einen Menschen, der primär durch ökonomische Interessen motiviert wird. Er ist eigennützig und will sein Nutzen maximieren.

Der Homo oeconomicus gilt nicht nur für Märkte, sondern für alle menschlichen Handlungen:

§ Handlungen, die aufwendiger und damit teurer werden, unternehmen Menschen weniger häufig und weniger intensiv. Wird eine bestimmte Verhaltensweise mit Strafe oder Bussgeld bedroht, erhöht dies den „Preis“ für die Begehung dieser Verhaltensweise.

§ Umgekehrt werden Handlungen, die einen grösseren Nutzen versprechen, verstärkt und häufiger getätigt.

-> Die mit einer Handlung verbundenen Nachteile, können auch als Preis einer Handlung bezeichnet werden. Um das Verhalten der Menschen zu ändern, müssen sich die Preise der Handlungsalternativen ändern -> Preisänderungen setzen Anreize für Verhaltensänderungen.

-> Der Preis für eine Handlung geht zurück, die Handlung wird günstiger. Bsp.: Hohe Strafen für illegale Arbeit erhöhen den Preis von Schwarzarbeit.

Zwei grundsätzliche Einflussmöglichkeiten des Staates:

1. Nutzen von erwünschten Handlungen erhöhen.
2. Kosten der unerwünschten Handlung erhöhen.

3.1 Ökonomisches Denken

Die ökonomische Analyse menschlichen Verhaltens basiert auf **fünf Grundsätzen**:

1. Menschen denken in Alternativen
2. Menschen reagieren auf Anreize (Kosten/Nutzen von Handlungsalternativen)
3. Kosten sind immer auch Opportunitätskosten
4. Entscheiden heisst auswählen, auswählen heisst verzichten (Opportunitätskosten führen zu Zielkonflikten bzw. Trade-Offs (Kompromissen)).
5. Rational ist es, Änderungen zu vergleichen (Marginalprinzip: Grenzkosten, Grenznutzen)

3.1.1 Anreize

Anreize sind verhaltensbestimmende Faktoren, die von ausserhalb einer Person oder von innen her wirken.

Bsp: „Man lügt nicht, weil man sich sonst als Aussenseiter fühlt.“; „Man hält sich beim Autofahren an die Geschwindigkeitsbegrenzung, wenn man die Strafe fürchtet“

Ändern sich die Anreize, dann ändert sich das Verhalten.

ACHTUNG: Eine Änderung der Anreize können konstraintentionale (Folgen mit denen sie nicht gerechnet haben) Folgen haben, weil sich Verhaltensänderungen nur mit Schwierigkeiten prognostizieren lassen.

3.1.1.1.1 Anreize in der Wirtschaftspolitik

Der Staat kann das Verhalten seiner Bürger mit Anreizen (incentives) und Strafen (disincentives) steuern.

Dadurch entsteht aber oft eine **Verzerrung der Allokationseffizienz (unbeabsichtigte negative Nebenwirkungen)**, indem konstraintentionale Nebenwirkungen (unbeabsichtigte negative Nebenwirkungen – Folgen mit denen sie nicht gerechnet haben) entstehen. -> Kobra-Effekt

Kobra-Effekt: Zunahme von Kobras (in Indien), trotz aussetzen einer Geldprämie!

Problem: Zu viele Kobras in Indien

Die angedachte Problemlösung: Das aussetzen einer Geldprämie, pro getöteter Kobra!

-> Folge: Die Inder haben begonnen Kobras zu züchten! (unerwünschter Effekt!)

Erwartete kontraproduktive Konsequenzen staatlicher Massnahmen:

-> Menschen reagieren vorhersehbar auf Anreize (Homo oeconomicus), indem sie ihr Verhalten anpassen.

Weiteres Beispiel: technische Normen für Energieeffizienz -> Nutzung eines Gerätes wird günstiger -> ev.

Höherer Energieverbrauch (z.B. sparsamer PC -> jetzt schalte ich ihn halt nicht mehr aus) -> Folge Energieverbrauch steigt!

Fazit: Der Mensch wird sich anders Verhalten als angenommen!

3.1.2 Alternativen

Der rationale Mensch wägt verschiedene Alternativen ab und entscheidet sich für jene mit dem höchsten Nutzen bzw. mit dem grössten Vorteil (zus. Nutzen > zus. Kosten).

3.1.3 Opportunitätskosten

Opportunitätskosten sind der entgangene Vorteil der nicht gewählten Option. Der Kostenbegriff enthält immer die direkten und indirekten Kosten einer Handlung.

Opportunitätskosten = indirekte Kosten

Kino 15.-, entgangene Pizza 20.-, Opportunitätskosten 35.- ?? (ist das nicht = Kosten; Pizza = Opportunitätskosten!)

3.1.4 Zielkonflikte (Trade-offs = Kompromisse)

Opportunitätskosten existieren in allen Entscheidungssituationen -> There is no such thing as a free lunch

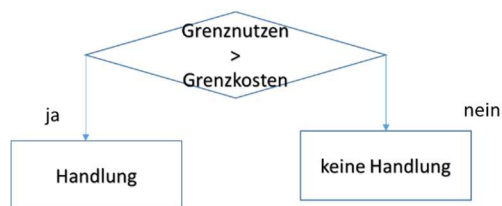
Das Prinzip der Opportunitätskosten impliziert, dass in Entscheidungssituationen Zielkonflikte (Trade-Offs) existieren. Häufig kommt es in wirtschaftspolitischen Diskussionen zu Konflikten zwischen Effizienz (mit den vorhandene Ressourcen max. Output produzieren) und Gerechtigkeit (faire Verteilung von Ressourcen).

Bsp: Besteuerung des Lohnens für die Versicherung. -> Grosszügige Unterstützung durch den Staat bei unversch. Krankheit oder Arbeitslosigkeit. Dazu werden Steuern auf den Lohn erhoben. Die Steuer auf Arbeit macht es unattraktiv hart zu arbeiten. Es wird weniger gearbeitet und es sind weniger Güter vorhanden die verteilt werden können.

3.1.5 Marginalprinzip

Der Mensch führt nur Handlungen durch, bei welchem der zusätzliche Nutzen höher ist, als die zusätzlichen Kosten. Zusätzliche Kosten werden Grenzkosten, zusätzlicher Nutzen Grenznutzen (auch zusätzlicher Wohlfahrtsgewinn) genannt.

Bsp: Trinken eines fünften Bieres oder Lernen vor einer Prüfung!



4 Grundlagen der Mikroökonomie

4.1 Modell

Durch ein Modell lassen sich vereinfachte Aussagen über Wirkungszusammenhänge machen.

Ökonomen verwenden zur Analyse der komplexen Realität vereinfachende

Wirkungszusammenhänge. Diese Zusammenhänge werden als Modell bezeichnet.

4.1.1 Begriffe

Markt	Ort oder Institution, wo Angebot und Nachfrage von Gütern, DL oder Produktionsfaktoren zusammentreffen
Akteure	Haushalt, Unternehmen, Staat
Angebot	Menge an Gütern, DL oder Produktionsfaktoren, die zum Verkauf angeboten wird
Nachfrage	Menge an Gütern, DL, oder Produktionsfaktoren, die zur Verwendung nachgefragt wird.

4.1.2 Voraussetzung für die Anwendung des Marktmodells

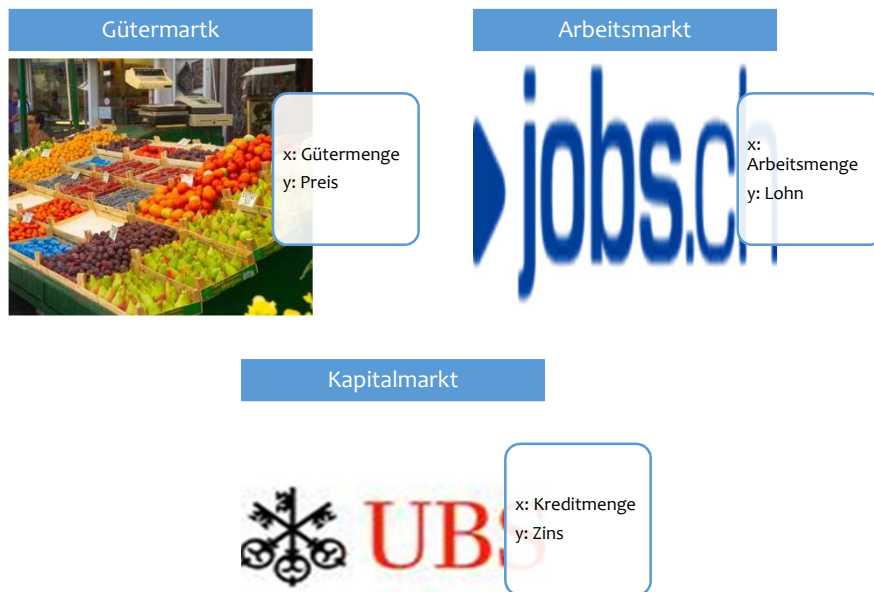
Das Marktmodell für standardisierte Güter besteht aus Produkten mit gleichartigen (homogenen) Qualitätsmerkmalen. Die Käufer haben kein Informationsproblem, sie wissen über die Produkte Bescheid. Des Weiteren gilt das Prinzip der vollkommenen Konkurrenz, dies bedingt:

- Produkte sind homogen, d.h. es gibt keine Qualitätsunterschiede *Benzin, Milch*
- Intensiver Preiswettbewerb herrscht, d.h. der Markt bestimmt den Preis
- Es herrscht keine Marktmacht
- Der Markteintritt ist ohne Probleme möglich

4.2 Wirtschaftskreislauf



4.3 Märkte



4.4 Nachfragekurve

Die Nachfragekurve sagt aus, wie hoch die nachgefragte Menge bei einem bestimmten Preis ist. Es wird allerdings nur der Preis als Einflussfaktor miteinbezogen. Wenn sich nur der genannte Einflussfaktor verändert spricht man von *ceteris paribus*.

Steigt der Preis, sinkt die nachgefragte Menge.

4.4.1 Verschiebung

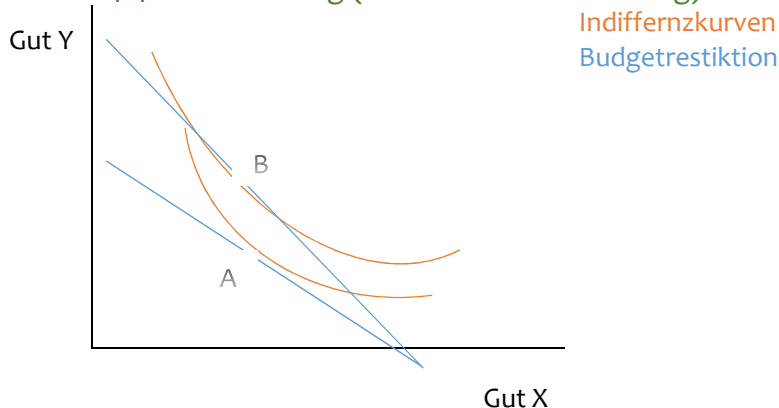
Eine Verschiebung der Kurve findet statt wenn sich andere Einflussfaktoren verändern. Nach links bedeutet: die Nachfrage ist geringer, eine Verschiebung nach rechts: die Nachfrage erhöht sich.

Folgende Faktoren haben einen Einfluss auf die Verschiebung

- Einkommen der Bevölkerung
- Substitute (kann dieselben Bedürfnisse befriedigen wie anderes Gut)
- Präferenzen

- Wirtschaftspolitische Entscheide

4.4.2 Herleitung (kommt nicht an Prüfung)



Durch das Sinken des Preises von Y, ändert sich die Budgetrestriktion und eine äussere (bessere) Indifferenzkurve wird erreicht. Der Konsument wird sich nun mehr von Y kaufen.

Die Nachfragekurve erhält man, wenn man die Nachfragekurven jedes einzelnen Konsumenten horizontal addiert.

4.4.2.1 Indifferenzkurve

Die Indifferenzkurve zeigt an bei welchem Verhältnis der Menge zweier Güter der Nutzen gleich hoch ist. Je weiter aussen eine Indifferenzkurve, desto höher ihr Nutzen.

4.4.2.2 Budgetrestriktion

Die Budgetrestriktion zeigt an, welche Menge sich ein Konsument den verschiedenen Gütern kaufen kann.

4.5 Angebotskurve

Die Angebotsmenge stellt dar, bei welchem Verkaufspreis welche Menge angeboten wird.

Steigt der Preis, steigt auch das Angebot.

4.5.1 Verschiebung

Eine Verschiebung der Kurve nach rechts bedeutet, dass zu jedem Preis mehr angeboten wird.

Folgende Faktoren haben einen Einfluss auf die Verschiebung:

- Produktionskosten
- Neue Kapazitäten

4.5.2 Herleitung

Die Grenzkostenkurve ist ein Teil der Angebotskurve und zwar bis zur gewinnmaximalen Angebotsmenge. (Schnittpunkt Preis und Grenzkosten). Hinter der Angebotskurve stehen also die Grenzkosten einer Unternehmung.

4.5.2.1 Grenzkosten, Grenzertrag

Grenzkosten = Zusätzliche Kosten pro erstelltes Stück

Grenzertrag = Zusätzlicher Ertrag pro erstelltes Stück

4.6 Zusammenspiel von Angebot- und Nachfrage

Regel: Änderung der y-Achse → keine Verschiebung der anderen Kurve!

Immer die Ursachen eintragen und nicht Preisveränderung bzw. IMMER die Ursache bewerten und nicht die Folge(n)!

4.6.1 Rezept

1. Herausfinden ob sich die Menge bei Nachfrage oder Angebot oder beides ändert
2. Herausfinden wie sich die Menge auf der Kurve verschiebt

4.6.2 Nachfrageüberschuss

Wenn nachgefragte Menge > angebotene Menge

4.6.3 Angebotsüberschuss

Angebotene Menge > Nachgefragte Menge

4.7 Elastizitäten (kommt an Prüfung)

Die Elastizität wird für die Preisfestlegung gebraucht.

*Prozentuale Veränderung der nachgefragten Menge bei
einer Veränderung der Preise um 1%*

- Das Minus beim Preis kann weggelassen werden

$$\frac{\text{Veränderung der nachgefragten Menge in \%}}{\text{Veränderung des Preises in \%}} = \text{Preiselastizität der Nachfrage}$$

> 1: elastische Nachfrage: grosse Reaktion auf neuer Preis – verteuern schwierig

< 1: unelastische Nachfrage: kleine Reaktion neuer Preis – verteuern einfach

= 1 proportional Nachfrage

Anleitung ??

1. Verschieben der Kurve
2. bei Schnittpunkt Nachfrage und Angebotskurve, senkrechte Linie

Aus Sicht der Firma/Unternehmung:

Bei Preiserhöhungen sind unelastische Kunden/Nachfrage besser! (Kunden/Nachfrage reagiert praktisch nicht oder nur sehr gering!)

Bei Preissenkungen sind elastische Kunden/Nachfrage besser! (Kunden/Nachfrage reagiert stark)

Ausserdem **WICHTIG:**

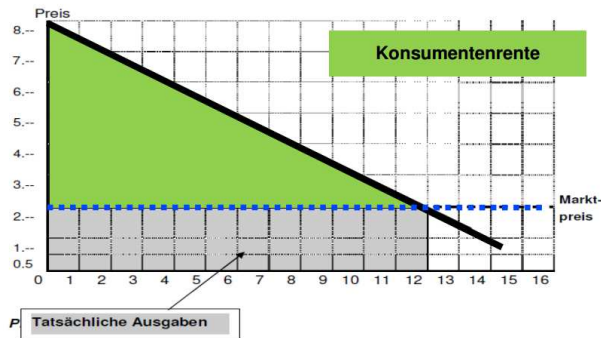
Habe ich einen Hinweis auf Elastizität, so muss die **Nachfragekurve** steiler bzw. flacher gezeichnet werden! (unelastisch = steiler, elastisch = flacher!)

4.8 Renten (= Vorteile)

Konsumenten- und Produzentenrenten sind Instrumente für die Messung der Auswirkungen von Markteingriffen auf die gesellschaftliche Wohlfahrt!

4.8.1 Konsumentenrente (Für totale Kons.-Rente -> Fläche ausrechnen -> $x \cdot y/2$)

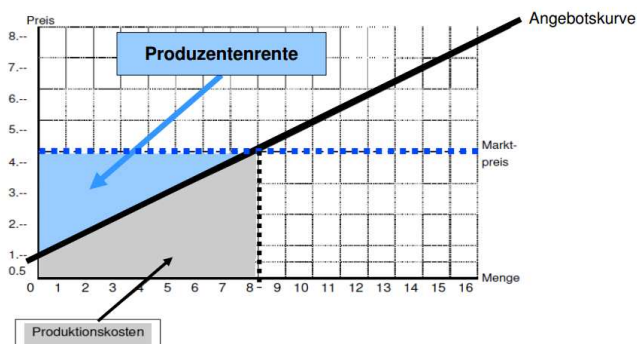
Zahlungsbereitschaft des Käufers für ein Gut, abzüglich des Preises, den er tatsächlich dafür bezahlen muss. Sie ist also eine fiktive Ersparnis.



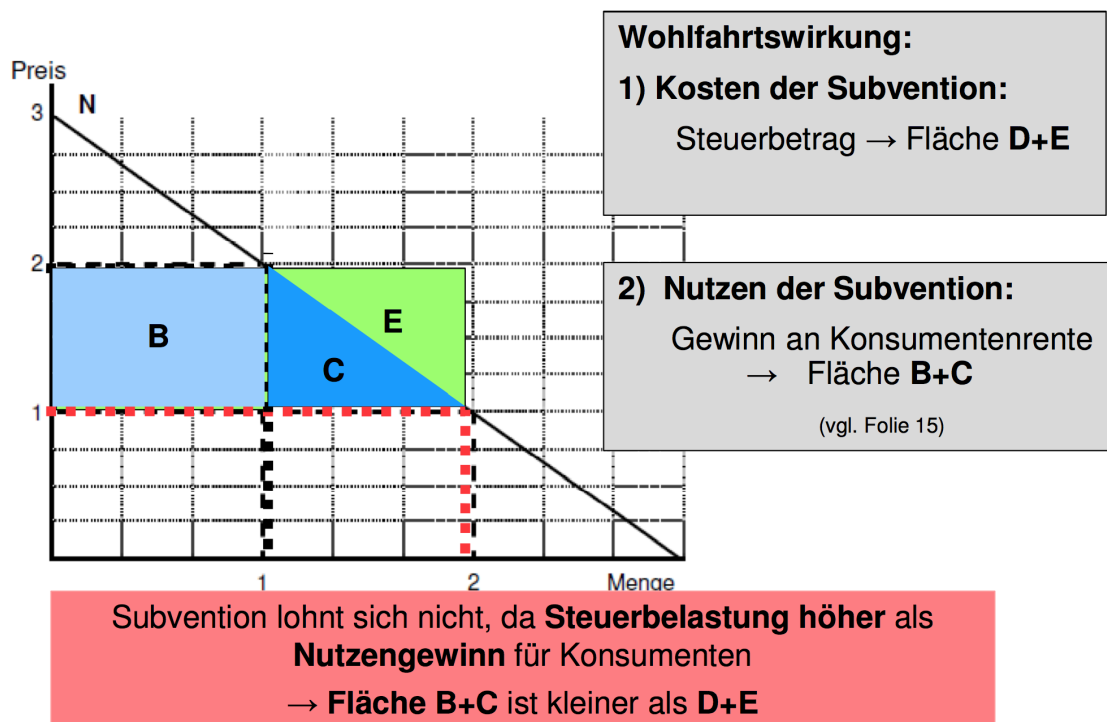
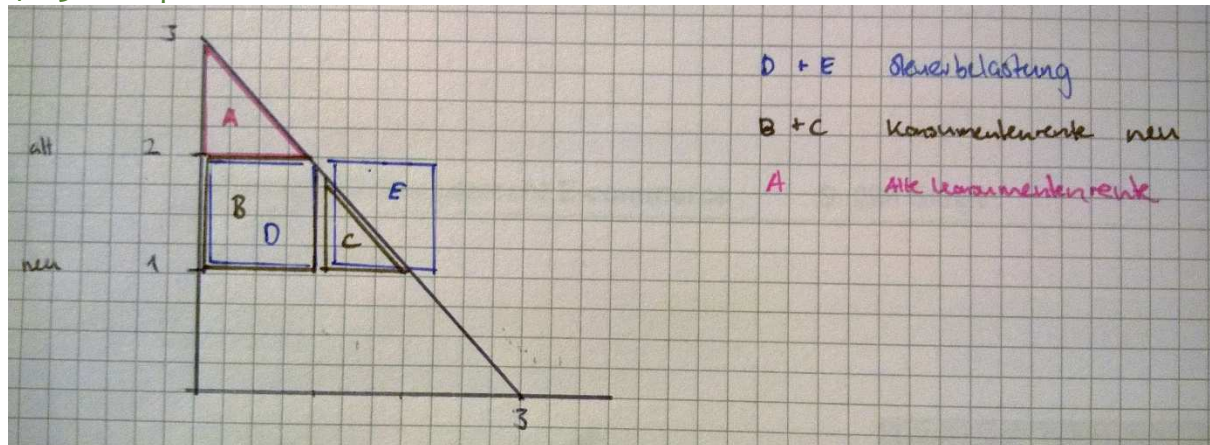
4.8.2 Produzentenrente (Für totale Prod.-Rente -> Fläche ausrechnen -> $x \cdot y/2$)

Die Produzentenrente ist ein Extra-Gewinn, den der Produzent erzielen konnte. (Extragewinn für Produzent, zum üblichen Gewinn dazu). Die Produzenten wären auch bereit ein Produkt zu einem tieferen Preis anzubieten, da die Grenzkosten (zus. Kosten) unter dem Marktpreis liegen. Die Produzenten erhalten jedoch den höheren Marktpreis.

Die Produzentenrente: Es ist die Differenz zwischen dem Marktpreis und dem tiefsten Angebotspreis. Z.B. um Gewinn zu machen muss eine Tafel Schokolade 1 Fr. kosten. Die Schokolade kostet aber 4 Fr. Also ist die Produzentenrente 3 Fr.

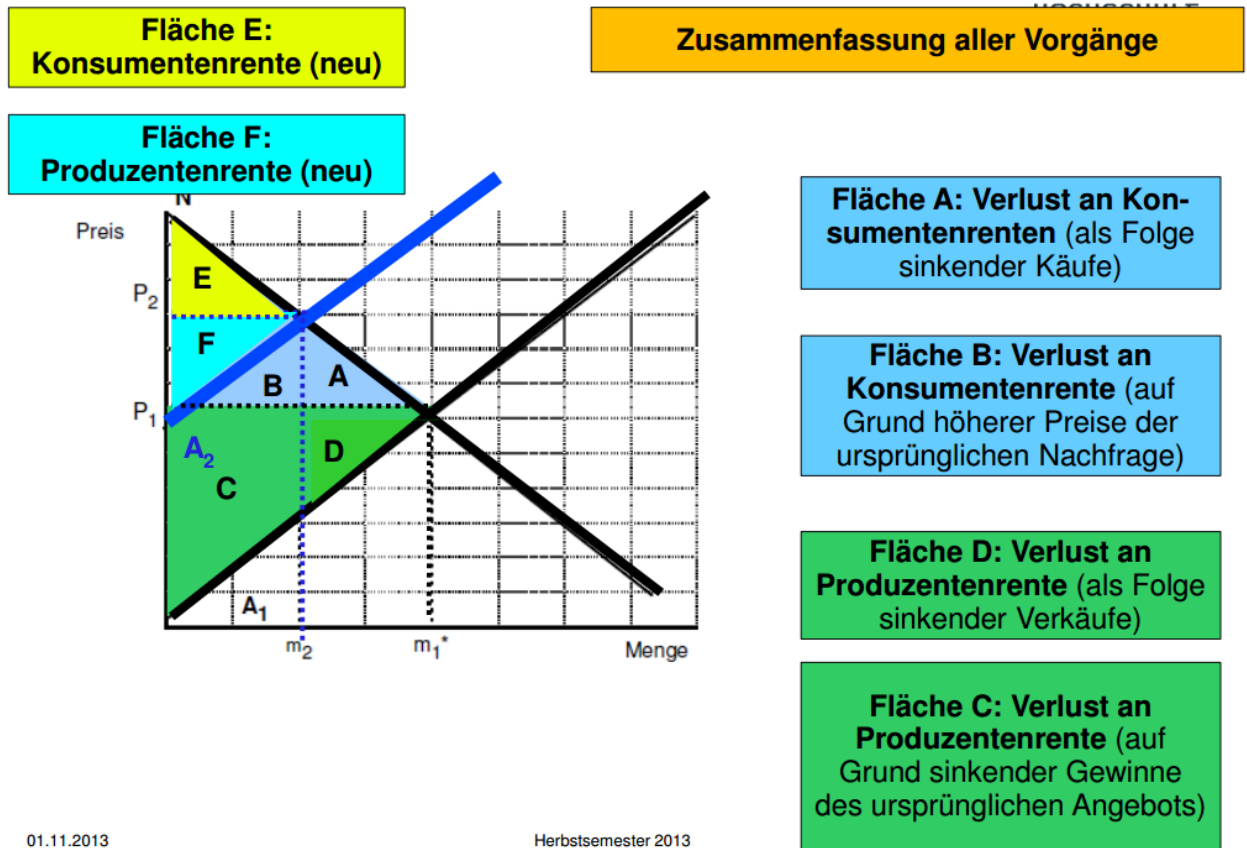


4.8.3 Beispiel Subvention



Fazit: Steuerzahler verliert mehr als der Konsument gewinnt. Somit ist die Massnahme nicht sinnvoll!

Bsp. Rücksenderecht E-commerce:



24

- > Auch Konsumentenschutzregelungen sind nicht gratis! Sondern haben Nachteile für Konsumenten und Produzenten!
- > Ob die Massnahme (Rücksenderecht) sinnvoll ist, hängt davon ab ob der Gewinn an Rente grösser ist als der Verlust! Ein Rückgaberecht ist nicht gratis, sondern ist für den **Verkäufer** mit Kosten verbunden:
- > vermindert die Rechtssicherheit (sinkende Bindungskraft des Vertrages). Für den Verkäufer entstehen Risiken, welche in Form höherer Gewinnmargen in den Preisen zu berücksichtigen sind.
- > Im Falle einer Rücksendung entstehen Kosten für die Rückabwicklung (admin. Aufwand zur Abwicklung der Rücknahme, Qualitätskontrolle der zurückges. Ware, Mindererlöse der Ware welche nun reduziert werden muss)
- > **Fazit:** Die Kosten werden in den meisten Fällen auf die Preise überwältzt. Somit werden die Kosten für das Widerrufsrecht von den Konsumenten getragen!
- > evtl. entsteht dadurch auch ein **indirekter Preiseffekt:** durch fehlenden Markteintritt neuer Anbieter (welche die Risiken der geringeren Rechtssicherheit nicht eingehen wollen). Eine sinkende Anbieterzahl führt zu einer geringeren Wettbewerbsintensität und somit zu höheren Preisen.

Nachteile für Konsumenten:

- > Durch die höheren Preise weichen preissensible Konsumenten auf andere Verkaufskanäle aus.
 - > Folge: geringeres Transaktionsvolumen (d.h. Verkaufsvolumen))
 - > Die Rücksendekosten (Transportkosten/Portokosten) trägt der Konsument
- Bei hohen Rücksendekosten oder bei geringen Produktpreisen besitzen die Konsumenten nur einen kleinen Anreiz, das Produkt zurückzusenden. Grund: Die mit dem Umtauschvorgang verbundenen Kosten übersteigen den Nutzen der Rücksendung. -> **Fazit:** Für einen Verkäufer kann es sich somit trotzdem lohnen, im Internet über die Qualität von Waren verfälscht zu informieren, da sie kaum mit negativen Konsequenzen rechnen müssen. Grund: Die Rücksendekosten sind für die Kunden zu hoch!

Gesamtbeurteilung: Durch die Einführung des Rückgaberechts verschiebt sich die A-Kurve stärker als die N-Kurve, womit die Produzenten- und Konsumentenrente stärker abnehmen!

4.9 Staatseingriffe

Ob eine Massnahme sinnvoll ist, hängt davon ab ob der Gewinn an Rente grösser ist als der Verlust. Es kommt also drauf an welche Kurve sich stärker verschiebt.

Auch Konsumentenschutzregelungen sind nicht gratis, sondern haben Nachteile für Konsumenten und Produzenten.

4.9.1 Subventionen

Subventionen sind Zahlungen vom Staat, die ein Unternehmen erhält, welches einen externen Nutzen generiert.

4.9.2 Mindestpreis

Beispiel Landwirtschaft

Reduktion der gehandelten Menge, weil

- weniger Nachfrage

4.9.3 Höchstpreis

Beispiel Miete

Reduktion der gehandelten Menge, weil

- weniger Angebot

4.9.4 Nachteile

- Die Kosten werden auf die Preise überwältigt
- indirekter Preiseffekt: keine neuen Anbieter kommen auf den Markt -> Angebot sinkt -> höhere Preise

Statt staatliche Regulierungen lohnt sich ein öffnen des Marktes.

4.10 Marktwirtschaft vs. Planwirtschaft (als Wirtschaftssystem = Kommunismus?)

Im Gegensatz zu der Marktwirtschaft diktiert der Staat mit der Planungsbehörde was produziert und somit auch welche Güter/DL konsumiert werden. Die Produktionsmittel gehören dem Staat. Folgende Probleme haben sich daraus ergeben:

- Überforderung Planungsbehörde, sie kann nicht zeitgerecht herausfinden wo was und mit welcher Anzahl benötigt wird.
- Machtmissbrauch
- Kleine Leistungsanreize, da sich aufgrund fehlendem Privateigentums Leistung nicht lohnt/ausbezahlt.

4.10.1 Probleme von grossen Firmen

Bei Organisationen (z.B. Unternehmen) wo Leistungen hierarchisch koordiniert werden, ergeben sich vermehrt Koordinations- und Motivationsprobleme.

- Topmanager wissen nicht alles -> steigende Gefahr von Fehlentscheidungen!
- beim Delegieren braucht es mehr Hierarchien
 - höhere Personalkosten,
 - steigende Kontrollprobleme,
 - Kommunikationsprobleme zwischen Basis und Spitze (sagt nur Gutes -> Informationsverschleierung grösser -> Fehler können länger vertuscht werden!)
- Verfälschte Kostenverrechnung (wenn Manager einen best. Geschäftsbereich fördern wollen)

Spezialisierte Firmen sind erfolgreicher??

4.11 Die Rolle von Marktpreisen (3x Lenkungsfunktionen der Preise)

Preise koordinieren die Entscheidungen von Anbietern und Nachfragern auf einem Markt.

Bsp: steigender Ölpreis:

Vermittlung der Information über Knappheit	-> Verbrauch sinkt infolge höherer Preise
Knappheitssignale führen zu einer effizienten Allokation der Ressourcen	-> Entwicklung von sparsamen Automodellen, ausweichen auf alternative Energiequellen, weniger Auto fahren.
Preise signalisieren, wo sich Innovationen lohnen	-> Erschliessen neuer Ölfelder, Reduktion der Ölabhängigkeit durch Entwicklung neuer Technologie.

4.12 Nutzen des Marktes

- Allokationsfunktion: Durch Wettbewerb werden Ressourcen effizient eingesetzt. (-> kostengünstige Produktion) -> *Benzin/Öl*
- Innovationsfunktion: Wettbewerb fördert Innovation -> *Hörgeräte*
- Sozialisierungsfunktion: Hohe Gewinne führen zu mehr Anbietern und somit zu tieferen Preisen -> *Aldi und Lidl*
- Informationsfunktion: Durch den Preismechanismus können Informationen gesammelt und verdichtet werden. *Sinkender Marktanteil -> neue Strategie*

kritische Kunden sind aus VWL-Sicht wertvoll, da sie zu Innovation führen

4.13 Informationsfunktion des Marktes

- Google: ist besser im prognostizieren als Experten, weil real-time
- Prognosemärkte: Mehrere Laien sind genauer als ein Experte

Intelligenz der Masse

4.13.1 Börse

4.13.1.1 Aktueller Börsenpreis

Der aktuelle Börsenpreis entspricht dem Durchschnittspreis von den Erwartungen.

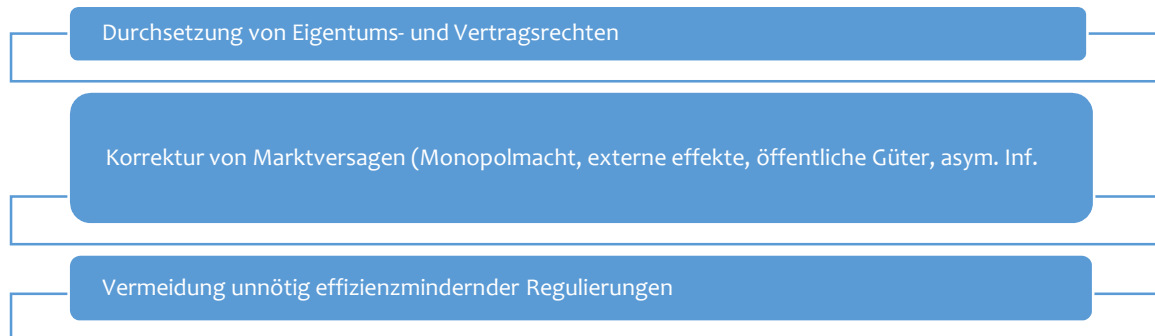
Einen Handel ergibt sich, wenn die Händler unterschiedliche Erwartungen haben.

4.13.1.2 Fluch des Siegers (Winner-Curse-Phänomen)

Gewinner und Verlierer zugleich. **Konkret:** Der Gewinner der Auktion hat einen grossen Verlust, weil er den ersteigerten Gegenstand im Wert überschätzt hat.

5 Staat

5.1 Aufgaben des Staats



5.1.1 Durchsetzung von Eigentums- und Vertragsrechten

Kapitalart	Beispiel	Schutz
Sachkapital	Maschinen	Eigentumsrecht
Humankapital	Wissen	Patent

Es wird nur in Sach- und Humankapital investiert wenn,

- Eigentumsrecht besteht
- Staat bei Verstoss eingreift
- Patente schützen das Wissen

restriktive Eigentumsrechte (eingeschränkte Eigentumsrechte) -> nur derjenige der das Produkt kauft darf es verwenden.

1. Durch strenge Kopierschutz-Systeme (nicht möglich die Dateien zu vervielfältigen)

2. Die Produkte lassen sich nach einer gewissen Zeitspanne nicht mehr verwenden

-> Dadurch wird versucht die Eigentumsrechte auch durchzusetzen.

-> Bsp.: Musikmarkt

erweiterte Eigentumsrechte -> Derjenige der das Produkt kauft, darf es z.B. bis zu 2x weitergeben ohne eine weitere Lizenz zu lösen bzw. das Produkt nochmals zu erwerben. (eingeschränkter Tausch der Dateien) -> Mittelweg zwischen freiem Zugang zu Musik und der strikten Durchsetzung von Eigentumsrechten. Man verzichtet auf die Zuordnung bestimmter Eigentumsrechte, um die verbleibenden Rechte erfolgreich durchzusetzen. -> Akzeptanz bei den Konsumenten steigt!
-> Bsp.: Musikmarkt (Apple iTunes)

Raider-Attacke -> unfreundliche Übernahme -> Bsp.: Trupp verummter Schläger zwingt Unternehmer sein Geschäft rechtmässig abzutreten.

5.1.2 Vertragsrechte

Vertragsrechte ermöglichen den Tausch zwischen anonymen Akteuren und dadurch die Ausdehnung der Geschäftstätigkeit auf zusätzliche Kunden.

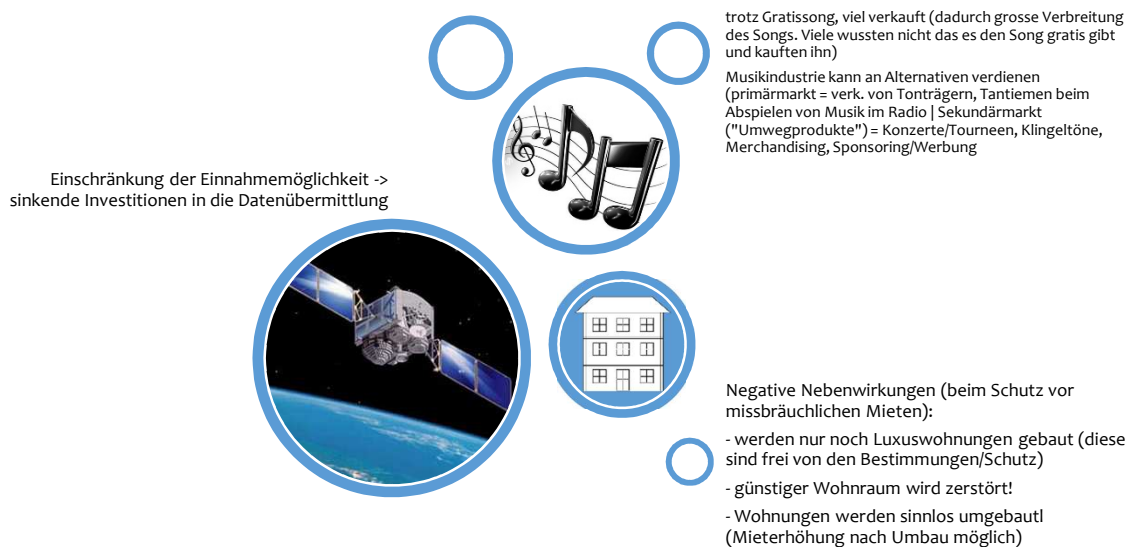
5.1.3 Marktversagen

1. Monopolmacht = Marktmacht (Post, SBB, Rega) -> Monopolsituationen, Kartelle, Absprachen, gewisse staatliche Massnahmen ermöglichen einigen Anbietern überhöhte Preise.
2. Externe Effekte
3. Öffentliche Güter
4. Asymmetrische Informationen

5.1.3.1 Kronzeugenregelung

Der Spitzel wird nicht bestraft.

5.1.3.2 Beispiele



5.2 Marktmacht

5.2.1 Probleme durch das Monopol

5.2.1.1 Wohlfahrtsverlust

Das grösste Problem ist der Wohlfahrtsverlust für die Konsumenten. Sie bekommen für den Preis weniger und die Mengen gehen zurück. -> Zu hohe Preise, zu kleine Mengen

5.2.1.2 X-Ineffizienz (Monopolstellungen reduzieren den Anreiz, zu tiefen Kosten zu produzieren)

Unternehmen, die über Marktmacht verfügen, verschleudern häufig einen Teil der so erzielten Gewinne in der Form von ineffizienten Strukturen. Die „Monopolrente“ wird in der Form ineffizienten Produktionsstrukturen und überhöhten Kostenstrukturen „verpulvert“. -> Betriebsinterne Ineffizienzen, die man sich im Monopol leisten kann.

- Ineffizient

Monopolbetriebe sind meistens ineffizient organisiert und darum verdienen sie nicht unbedingt mehr.

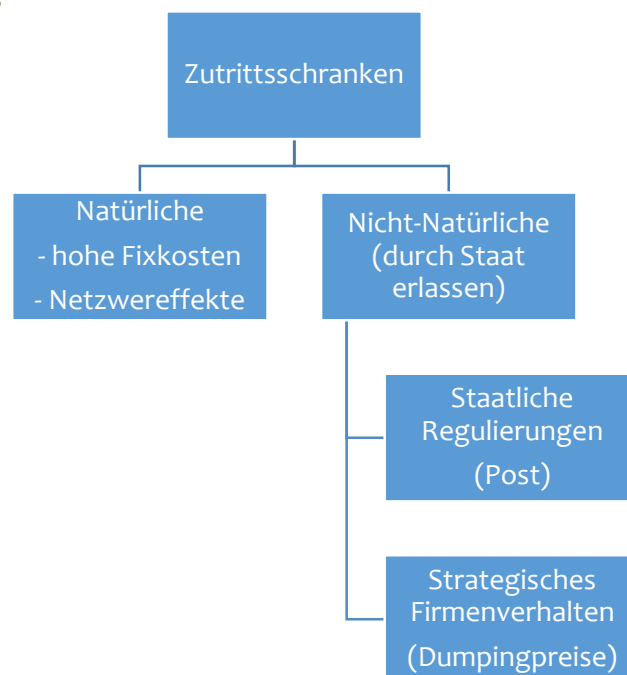
Landwirtschaft: Bauer kauft sich teurere Maschinen

Swissair: Luxus on board

5.2.1.3 Rückgang der Innovationstätigkeit (werden träge)

Eine solche Unternehmung hat wenig Anreize Innovationen zu tätigen, denn diese könnten Risiken mit sich bringen. Zudem sind ihre Einnahmen mehr oder weniger gesichert.

5.2.2 Entstehung



Warum treten keine neuen Unternehmen in den monopolistischen „Markt“ ein?

Grund: Marktzutrittsschranken!

Strategisches Firmenverhalten: Durch günstige Preise die Konkurrenz unter Druck setzen.

Bei den natürlichen Monopolen haben die ersten Anbieter einen **First-Mover-Advantage (Startvorteil)**.

Natürliche Zutrittsschranken sind, wenn ein einziger Anbieter in der Lage ist, die gesamte Nachfrage mit geringeren Kosten abzudecken als mehrere.

5.2.3 Begriffe

5.2.3.1 Fixkosten

Kosten immer vorhanden, egal ob 0 oder 1 produziert. Ziel, diese Kosten auf möglichst viele Produkte zu verteilen.

5.2.3.2 Grenzkosten

So viel kostet es um eine zusätzliche Einheit zu produzieren.

5.2.4 Kostendegressionseffekt

Der Kostendegressionseffekt entsteht, wenn hohe Fixkosten und tiefe Grenzkosten vorhanden sind. So muss eine hohe Menge produziert werden, um die Kosten pro Einheit zu verkleinern.

Überall wo hohe Fixkosten anfallen, ist eine Unternehmung zu grosser Firmengrösse verdammt.

5.2.5 Netzwerkeffekt

Der Wert eines Produktes steigt, wenn es möglichst viele benutzen. Deswegen gibt es Standards. Erst wenn Kunden erwarten, dass ein Produkt den Markt dominiert, erhöhen sie ihre ZLG-Bereitschaft.

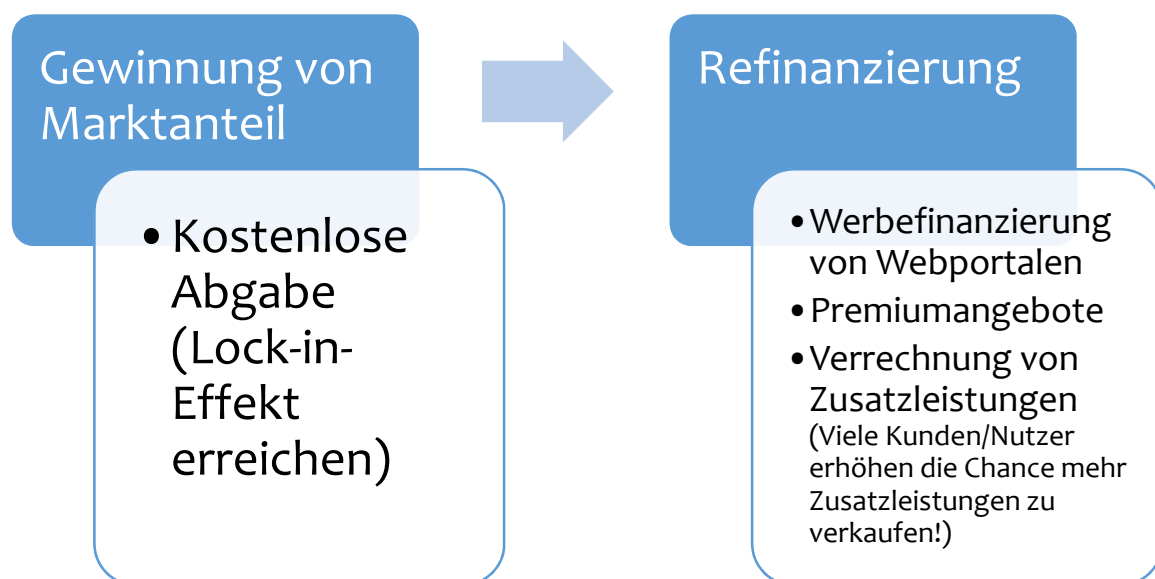
z.B. E-Mail, WhatsApp, Windows

5.2.6 Lock-in Effekt

Bindung des Kunden an bestimmtes System infolge hoher Wechselkosten. Er wird nicht mehr wechseln, da sonst hohe Wechselkosten entstehen.

Bsp.: Windows

5.2.7 Tipp für Start-Up



5.2.8 Lösung / Aufgabe des Staates

5.2.8.1 Liberalisierung / Regulierung / Deregulierung / Reregulierung

Liberalisierung: Öffnung eines bisher monopolistischen Marktes durch die Zulassung von Wettbewerb (bei natürlichen Monopolen: Abkoppelung derjenigen Tätigkeiten vom Monopolanbieter, welche keine natürlichen Monopole bilden und gleichzeitig Nutzung der physischen Infrastruktur durch mehrere Anbieter)

Deregulierung: Öffnung des Marktes (Monopol fällt weg)

Reregulierung: Staat erstellt/erlässt bei Öffnung des Marktes Spielregeln. Z.B. Preise für Stromtransport festlegen.

Marktversagen bei Marktmacht (Bsp: Schweizerische Post):

Monopolsituationen, Kartelle, Absprachen, gewisse staatliche Massnahmen etc. ermöglichen einigen Anbietern überhöhte Preise.

Aufgabe des Staates:

Die Wettbewerbspolitik soll verhindern, dass Monopole und Kartelle nicht gerechtfertigte Gewinne erzielen können, die Güterversorgung verschlechtern oder zu grosse Macht erlangen.

5.2.8.2 Cassis-deDijon-Prinzip

Alle Produkte, die in der EU zulässig sind müssen auch in der Schweiz zugelassen sein.

In der Schweiz gelten 18 Ausnahmen: z.B. Käfighaltung von Legehennen verboten

5.3 Externe Effekte

5.3.1 Externe Kosten

Kosten, die der Verursacher nicht selbst bezahlen muss, sondern zur Lasten der Allgemeinheit gehen.

z.B. Fabriken verschmutzen Luft

5.3.2 Externer Nutzen

Gegenteil von externen Kosten. Etwas positives für die Allgemeinheit/Gesellschaft machen aber dafür nicht entschädigt werden.

Beispiel Lehrlingsausbildung: Auch Firmen profitieren, welche keine Lehrlinge ausbilden, von gut ausgebildeten Fachkräften.

Externer Nutzen gibt Subventionen.

- Biologische Landwirtschaft
- Schöne Architektur

5.3.3 Lösung/Aufgabe des Staates

Der Staat soll „Verursacher“ von externem Nutzen entschädigen (Subventionen) und Verursacher von externen Kosten zur Kasse beten (z.B. via Lenkungsabgaben).

5.4 Öffentliche Güter / Allmendegüter

Im Gegensatz zu normalen Gütern besteht bei öffentlichen Gütern kein:

- Kein Ausschlussprinzip: es kann niemand an der Konsumation des Gutes gehindert werden

- Nichtrivalität im Konsum: Konsumiert man ein Gut, beeinträchtigt dies den Konsum von anderen Konsumenten nicht

Probleme bei öffentlichen Gütern: -> keine (privatwirtschaftliche) Produktion, Trittbrettfahrer (z.B. Feuerwerke)

Aufgabe des Staates:

- Produktion der öffentlichen Güter
- Es kann auch der Fall sein, dass selbst der Staat diese Güter nicht „produziert“ (z.B. gute Umweltqualität, tiefe Steuerbelastung)

Ein Allmendegut ist auch ein öffentliches Gut (aber ein Spezialfall!). Sie unterscheiden sich in folgendem Punkt:

- Rivalität im Konsum: Beim Allmendegut beeinträchtigt der Konsum, den Konsum von anderen Konsumenten! Z.B. Überfischung der Weltmeere, WG (Wohngemeinschaft)

Folge: Man muss Spielregeln erlassen!

Alternative Lösungsansätze (falls keine einvernehmlichen Regeln/Lösungen gefunden wurden) sind Privatisierungen (Schaffung privater Eigentumsrechte) oder **staatliche Eingriffe** durch Verbote, Gebote oder Lenkungsabgaben.

-> **Ein besonderes Problem** auf internationaler Ebene ist, dass eine übergeordnete Instanz fehlt, welche Regeln durchsetzen kann!

5.5 Asymmetrische Informationen (Informationsproblem)

5.5.1 Adverse Selection

Auswahl des falschen Vertragspartners, wegen ungenügenden Informationen vor Vertragsabschluss. Grund: Vor Vertragsabschluss sind die Qualitätseigenschaften eines Gegenstands/einer Person unbekannt.

Marktversagen: Bei vollständiger Information wäre der Vertrag gar nie abgeschlossen worden!

Es führt dazu, dass auf dem Markt nur noch Güter mit schlechter Qualität angeboten werden.

Bsp.: Einstellung von Personal, Güterkäufe

Lösungen

- Screening: Information beschaffen
- Signalling: Signale senden
- Self Selection: Selbstoffenbarungsmechanismen (Bsp: Auto-Haftpflichtversicherung, Eheschließung („Willst Du mich heiraten“))

5.5.1.1 Lemons Problematik

Ist das ein Synonym für Adverse-Selection?

Die Zitronen oder Lemonsproblematik bedeutet (Bsp: Occasionswagenmarkt):

Zitronen sind reparaturanfällige und Pflaumen sind gute Wagen. Das Angebot beim Händler besteht aus beiden. Doch leider sind diese nicht gekennzeichnet. Dadurch besteht das Risiko, dass der Kunde eine Zitrone, anstelle einer Pflaume erwischt/kauft. Er wird somit also nicht bereit den Preis einer Pflaume zu bezahlen sondern derjenige zwischen Zitrone + Pflaume (Mittelpreis).

Folge für Occasionswagenmarkt: Die Eigentümer von guten Wagen (Pflaumen), werden ihr Auto nicht mehr verkaufen, es gibt also dann nur noch schlechte Wagen (Zitronen) im Angebot!

5.5.2 Moral-Hazard

Moral Hazard bezeichnet eine unerwünschte Verhaltensänderung nach Vertragsabschluss.

Grund: Verborgene Handlungen; Anstrengungen des Vertragspartners nur unvollständig beobachtbar.

Bsp.: Leistungsverhalten zwischen: Mitarbeiter<->Arbeitgeber, Arzt<->Patient, Anwalt<->Mandant

Lösungen

- Kontrolle
- Informationsaustausch
- Anreizsetzung: Belohnung

Aufgabe des Staates bei Informationsproblemen:

Der Staat kann Massnahmen treffen zur Verbesserung der Transparenz von Märkten, z.B.:

- Durchsetzung von Konsumentenrechten (Garantie Anbieter, Rücksenderecht E-commerce)
- Qualitätssicherung in best. Berufsgruppen (Rechtsanwälte, Ärzte)
- Schutz der schwächeren Vertragspartei (z.B. Arbeitsrecht)

5.5.2.1 Abhängigkeiten nach Vertragsabschluss

Der Abhängige ist der, der *spezifische Investitionen* tätigt. Dies führt zu einer Abhängigkeit und er kann von seinem Vertragspartner erpresst werden (es kann zu einem hold-up kommen).

Mit zunehmender Dauer des Vertragsverhältnisses kann sich der Spiess auch umkehren (der Klient gerät in die Abhängigkeit und riskiert ein hold-up, da der DL einen grossen Wissensvorsprung hat und der Klient nicht einfach schnell den DL wechseln kann (mit hohen Kosten verbunden!). Ausserdem ist der DL bei zusätzlich gewünschten Leistungen des Klienten bei den Verhandlungen im Vorteil. (kann den Klienten auch ausbeuten)

-> Bsp. Erster Auftrag günstig machen aber Folgeaufträge teuer! Teuer verkaufte Zusatzleistungen kompensieren die Verluste der Anlaufphase.

-> Kann verhindert werden, wenn der DL das System standardisiert und so die Kompatibilität herstellt. Dadurch wäre der Klient weniger an den einen DL gebunden. (und könnte „günstiger“ bzw. mit tieferen Kosten wechseln)

Abhängiger DL (Dienstleister): Wenn eine Leistung nur für ein Kunde ist (kundenspezifisch), customized software, und dieser abspringt, dann ist das Geld/Investitionen (meistens komplett) weg. Nur selten kann man Teile der verlorenen/getätigten Investitionen noch für andere Kunden verwenden/nutzen.

Lösung

- + Durch *Rahmenverträge*, die z.B. die Standardisierung fordern
- + kurze Zahlungsrythmen (z.B. Teilzahlungen alle 3 Monate) -> Vorteil für beide
- + Errichtung von *Lenkungsausschüssen*: er kann nicht am Schluss schimpfen, sondern ist immer dabei und kennt die einzelnen Schritte genau und kann direkt während des Prozesses Einfluss nehmen.
- + Entlohnung gemäss Nutzung
- Misstrauensvotum (Leistungsabhängige Verträge im Sport) kann die intrinsische Motivation zur Vertragserfüllung schwinden lassen/verdrängen
- müssen im Streitfall durchgesetzt werden via Gerichte. Gerichtsverhandlungen sind teuer und der Ausgang ist oft ungewiss. Deshalb wird oftmals auf Klagen verzichtet.
- Vertrag ist sehr teuer, weil es Juristen braucht

5.5.3 Hold-up

Wenn eine Vertragspartei die andere ausnutzt, wird das Hold-Up genannt. Das kann eintreten, wenn

- die eine Partei spezifische Investitionen tätigt und so vom anderen Geschäftspartner abhängig wird,
- die Vertragsverhältnisse lange dauern (Wechsel auf anderen DL käme teuer)
- jemand eine monopolartige Stellung hat.

Ausbeutung (hold-up) kann immer gegenseitig passieren (Kunde und/oder Lieferant/DL)

Lösungen

- kurze Zahlungsrythmen (z.B. Teilzahlungen alle 3 Monate)
- komplexe Verträge
- Errichtung von Lenkungsausschüssen (Kunde mit ins Boot holen, Vorteil für beide)
- Entlohnung gemäss Nutzung

Gegen Verträge spricht:

- Misstrauensvotum (Leistungsabhängige Verträge im Sport) kann die intrinsische Motivation zur Vertragserfüllung schwinden lassen/verdrängen
- müssen im Streitfall durchgesetzt werden via Gerichte. Gerichtsverhandlungen sind teuer und der Ausgang ist oft ungewiss. Deshalb wird oftmals auf Klagen verzichtet.
- Verträge sind zwangsläufig unvollständig

5.5.4 Signale (Signal = Botschaft)

Damit ein Signal glaubwürdig ist, muss:

- für den Signalsender muss das Signal mit Kosten verbunden sein. (Bsp: erfolgsabhängige Homepage)
- für den Signalempfänger muss das Signal leicht überprüfbar sein

Jedes Signal hat auch einen Nachteil.
Signale müssen **transparent** sein!

Beispiele

Qualitätssignale von Shops im Internet:

- Statussymbole -> Statussymbole sind keine Garantien für die Qualität einer DL.
- Gewährung von freiwilligen Konsumentenrechten (z.B. Widerruf und Gewährleistung)
- Viele Zahlungsmethoden (u.a. Lieferung gegen Rechnung)

Weitere Signale können sein:

- Berufsbegleitende Ausbildung = Signal für Belastbarkeit
- Gute Noten = Signal für Leistungswille

Einem Informatikdienstleister stehen folgende Signale zur Verfügung (folgend nur einzelne Bsp. daraus, gibt noch viele mehr). Jedes Qualitätssignal hat auch einen Nachteil!

Signalisierung einer hohen Qualität durch.. -> Einschränkung/negativer Punkt:

- hoher Preis signalisiert hohe Qualität -> nur einkommensstarke Nachfrager können sich hohe Preise leisten.
- Berufsethos -> Intrinsische Motivation kann trotz Anerkennung von Standesregeln wenig ausgeprägt sein!

Spezialfall: Signale eines **neuen** Anbieters von Informatikdienstleistungen:

Unternehmen, welche neu auf dem Markt ihre Informatikdienstleistung anbieten, müssen grössere Anstrengungen unternehmen, um das Vertrauen der Kunden zu gewinnen. Ein neuer Anbieter muss sich selber binden (Selbstbindung) um glaubwürdig zu sein (stärker als etablierte Anbieter!). Er muss sich zu Glaubwürdigkeit verpflichten, Qualität zu bieten. (muss Signale wählen, welche in den Augen der Kunden eine **sehr hohe Glaubwürdigkeit** besitzen!)

Aufgrund der zu erwartenden Qualität herrscht bei den Kunden eine hohe Unsicherheit.

Es besteht ein ausgeprägtes **Markteintrittsproblem**:

1. Vertrauensproblem -> Je höher die Unsicherheit über die Qualität einer DL, desto mehr besteht die Tendenz, einen bekannten Anbieter als Vertragspartner zu wählen.
2. Je höher die Unsicherheit, desto geringer die Zahlungsbereitschaft der Kunden. Folge: Man muss die DL zu tieferen Preisen anbieten als bestehende Anbieter. -> Man benötigt EK um die Verluste durch geringe Einnahmen zu decken.
3. Beim Aufbau von Vertrauen höhere Kosten, da der Anbieter nicht auf vorhandene Reputation zurückgreifen kann. -> Mehr Kosten!

Einem **neuen** Anbieter stehen folgende (starke!) Signale zur Verfügung:

1. Grosszügige Kündigungsklauseln und Verzicht auf eine Abnahmeverpflichtung (Kunde kann ohne grosse Kostenfolge vom Vertrag zurücktreten) -> **ACHTUNG:** Es besteht die Möglichkeit, dass der Kunde die Situation ausnutzt. Gewisse Abnahmeverpflichtungen sind somit zum Schutz der Anbieter notwendig.

2. Bezahlung der Informatikleistung gemäss der Nutzungshäufigkeit (z.B. Abhängigkeit von Nutzerzahlen auf der erstellten Homepage)

3. Kapitalverflechtung in Form eines Joint-Ventures (nur für grosse Inf. Projekte – zeitl. befristet nur während des Projekts -> eine Art Heirat auf Zeit)

Gemeinsame Firma, deren Existenz zeitlich befristet ist (relativ selten!). Der Klient hat bezüglich der Geschäftsführung des Joint-Ventures ein Vetorecht. Bei Unzufriedenheit hat der Klient das Recht die gesamte Mehrheit des Joint-Ventures zu übernehmen.

5.6 Staatsversagen

5.6.1 Ineffiziente Regulierungen (komplizierte Gesetze sind teuer!)

Eine Regulierung ist ineffizient, wenn die Konsumenten- oder Produzentenrente reduziert wird.

Oder: staatliche Regulierungen sind dann effizient, wenn sie die Konsumenten- und Produzentenrenten möglichst wenig reduziert.

Achtung Bürokratie!!! -> Die Bürokratie (innerhalb der staatlichen Verwaltung) hat ein Interesse an einer Ausdehnung der Staatsausgaben und an komplizierten Regulierungen.

Bsp. Für ineffiziente staatliche Regulierungen:

1. Schliessfach an einem Sportanlass muss nicht versteuert werden, beim OpenAir aber schon!

Wieso? -> Sport soll gefördert werden!

2. Rückerstattung Mineralölsteuer (Landwirte, ÖV): Administrativer Aufwand pro Betrieb 350.-, Rückerstattung 1400. -> Verwaltungskosten = Verhältnissblödsinn!! Lösung -> Pauschal-Rückerstattung!

5.6.2 Interessengruppen und Rent-Seeking (suchen nach unverdienten Vorteilen)

Das Problem ist, dass ein Politiker viele kleine Gruppen (Interessengruppen) unterstützt, da sie so mehr Stimmen fangen. Denn: Kleine Gruppen lassen sich einfacher organisieren als die grosse Gruppe der Konsumenten! UND Politiker wollen Wahlen gewinnen!

Politiker wollen Kosten verschweigen. Die Kosten der staatlichen Tätigkeit werden möglichst verhüllt und breit über die Wählerschaft gestreut oder in die Zukunft verlagert.

Die Wähler wiederum haben Anreize diejenigen Politiker zu wählen, welche ihnen Sondervorteile versprechen, obwohl aus gesamtwirtschaftlicher Sicht ein Effizienzverlust entsteht, allerdings für andere Wähler. -> Interessengruppen versuchen, die politischen Entscheidungen zu ihren Gunsten zu beeinflussen, z.B. Subventionen, Importbeschränkungen, Steuervergünstigungen, etc.

Kriterium für Subvention: Institution, die externer Nutzen verursacht, dafür aber nicht entschädigt wird. Bsp.: Inlandeier, Halter von armeetauglichen Fahrzeugen, Verwertung einheimischer Wolle, Zeitungstransport, Absatzförderung für Süssgebäck, etc.

6 Arbeitslosigkeit

6.1 Berechnung

$$\text{Arbeitslosenquote} = \frac{\text{Arbeitslose}}{\text{Erwerbsbevölkerung}} * 100$$

Zur Erwerbsbevölkerung gehören die Beschäftigten + registrierte Arbeitslose (Leute die Arbeitslosengeld beziehen). 3% würde bedeuten, dass 3% der Erwerbsbevölkerung keinen Job hat.

6.2 Formen der Arbeitslosigkeit

6.2.1 Strukturelle Arbeitslosigkeit

Wenn die Struktur einer Branche ändert, welche zu einer Änderung der Arbeitsnachfrage führt. (d.h. eine Änderung in der Produktionstechnik löst eine Veränderung der Nachfrage nach Arbeitskräften aus). Die Arbeitnehmer müssen ihre Qualifikationen den neuen Marktbedingungen anpassen. Die Arbeitnehmer bringen somit nicht die neuen notwendigen Qualifikationen mit. -> z.B. Wenn meine Ausbildung nicht mehr gefragt ist! -> Umschulen! Dies geschieht unabhängig der Wirtschaftslage (ob gut oder schlecht).

Ursachen für die Entwicklung der strukturellen Arbeitslosigkeit

Die Höhe der strukturellen Arbeitslosigkeit wird durch staatliche Rahmenbedingungen beeinflusst. Diese können als „Spielregeln des Arbeitsmarktes“ aufgefasst werden.

- Staatlich fixierte Mindestlöhne -> zu hohe Lohnkosten für unqualifizierte Stellen, reduziert den Anreiz Arbeitsplätze anzubieten.
- Zentralisierte Lohnverhandlungen -> gleichhohe Löhne in Randregionen, wie in den starken Zentren (Bsp. West-Ost Deutschland)
- Regulierung bezüglich Anstellung und Entlassung -> zu strenge Kündigungsschutzregeln reduzieren den Anreiz neue Stellen zu schaffen. (z.B. Belgien, Italien)
- Ausgestaltung der Arbeitslosenversicherung -> Umschulungsmassnahmen und genügend Druck auf die Arbeitslosen
- Regulierung der Arbeitszeit -> von 40h auf 36h Woche (Senkung in Frankreich) bei gleichbleibenden Löhnen: bedeutet höhere Arbeitskosten -> Stellen werden wegrationalisiert.
- Lohnkosten (inkl. Zusatzkosten für Sozialabgaben) -> zu hohe Lohnkosten reduzieren den Anreiz Stellen zu schaffen.

Reaktion der Exportindustrie auf die Aufwertung des CHF:

- Automatisieren (Roboter ersetzen Menschen)
- Kosten einsparen
- Stellenabbau (MA entlassen)
- Technologie-Intensive Produkte herstellen/produzieren (schwieriger für Nachahmung) -> Auf Produkte konzentrieren, die von der Billiglohnkonkurrenz nicht einfach kopiert werden können.

6.2.2 Friktionelle Arbeitslosigkeit

Vorübergehende Arbeitslosigkeit. (aus saisonalen Gründen → Hotellerie)

Z.B. infolge Saisonstelle im Tourismus



6.2.3 Sockelarbeitslosigkeit

Strukturelle + friktionelle Arbeitslosigkeit

Sind Arbeitslose, die immer Arbeitslos sind ??

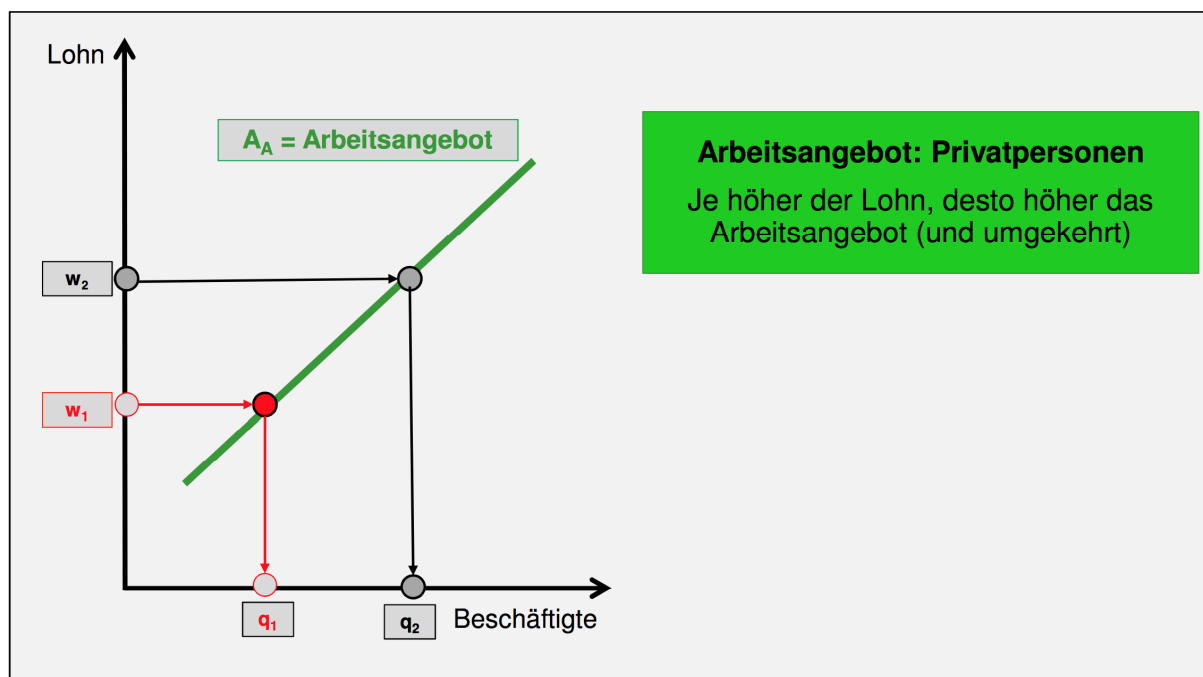
6.3 Angebot und Nachfrage

Angebot an Arbeitskraft/**Arbeitsangebot**: Privatpersonen (ich bin bereit zu arbeiten!)

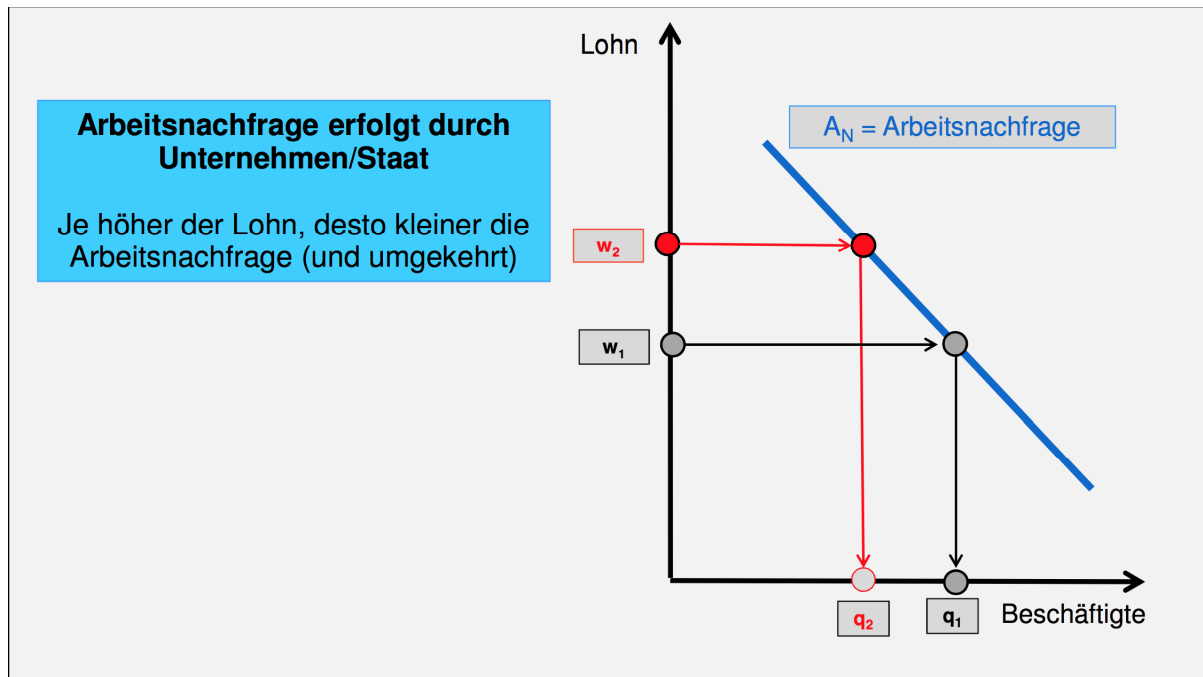
Arbeitsnachfrage: Staat und Unternehmen

Arbeitsproduktivität: Nutzen eines Arbeitsplatzes für die Firma.

Je höher der Lohn, desto **höher** das **Arbeitsangebot** der Privatpersonen. (und umgekehrt) → Grund: Abwägung Freizeit/Arbeit (→ Opportunitätskosten)



Je höher der Lohn, desto **kleiner** die **Arbeitsnachfrage** nach Arbeitskräften durch die Unternehmungen. (und umgekehrt) -> Grund: Abwägung Kosten eines Arbeitsplatzes/Nutzen



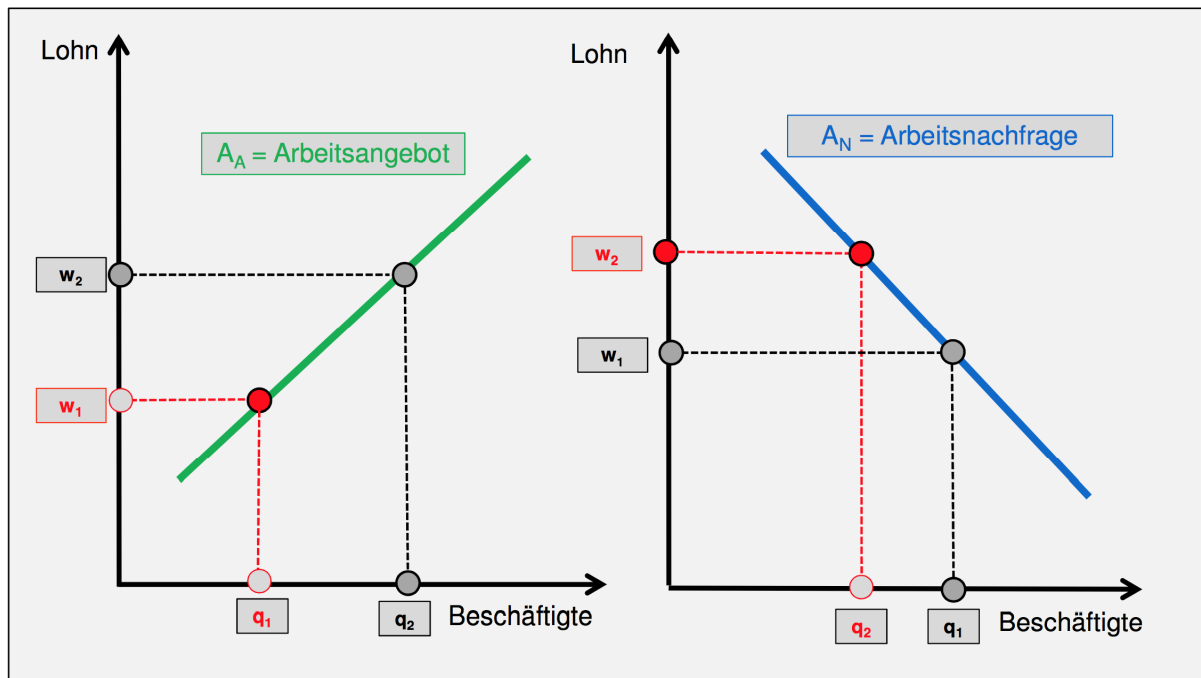
$$\text{Lohnstückkosten} = \frac{\text{Lohnsumme}}{\text{produzierte Stückzahl}}$$

Lohnstückkosten: Lohnkosten je produzierter Einheit

Die Kosten einer Firma steigen nicht an, falls die Löhne gleich stark ansteigen wie die Produktivität

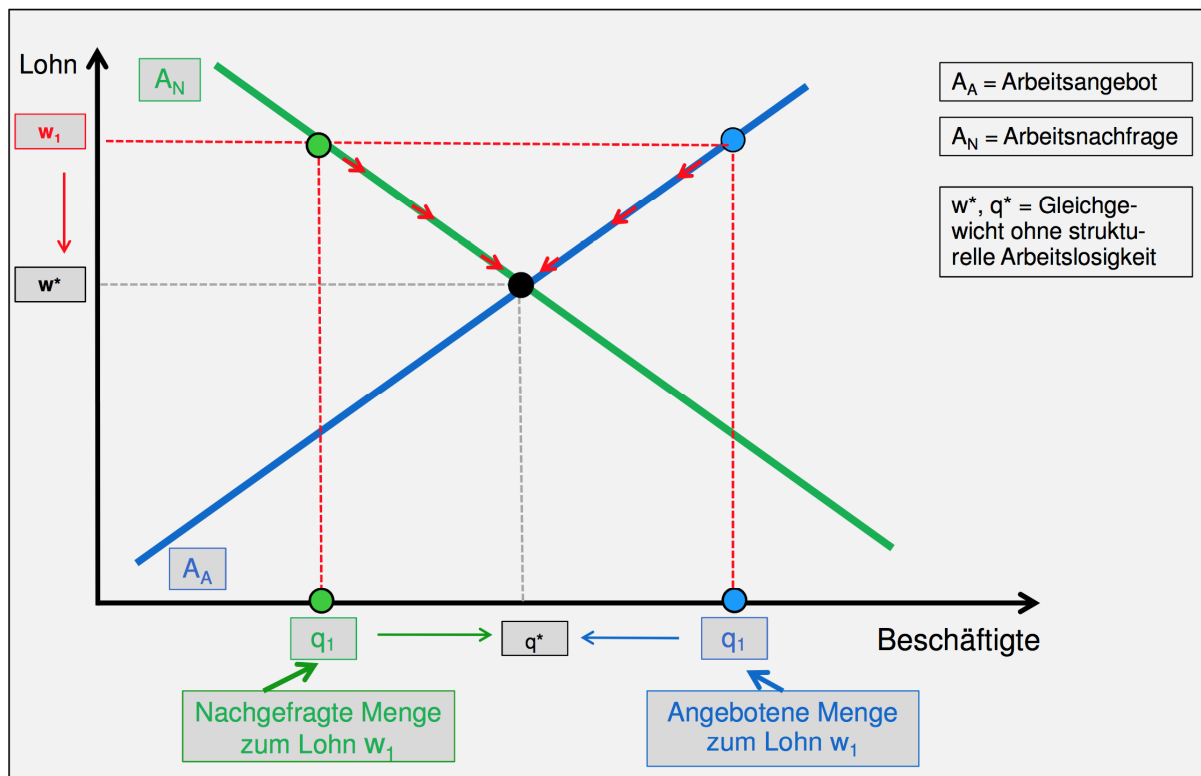
Zuerst kommt die Produktivitätszunahme, dann allenfalls Lohnerhöhungen oder Preissenkungen!

Produktivität: Nutzen der Arbeitskraft/Arbeitsplatz für die Unternehmung. Je grösser der Nutzen bzw. die Produktivität, desto höher der Lohn.



6.3.1 Gleichgewicht bei flexiblem Arbeitsmarkt

Auf einem flexiblen Arbeitsmarkt bringt der Lohn Arbeitsangebot und -nachfrage in Übereinstimmung (keine Arbeitslosigkeit möglich).



6.3.2 Fixer Arbeitsmarkt (siehe Punkt 6.4.1 Fixer Lohn)

Auf einem Arbeitsmarkt mit fixen Löhnen entsteht bei einer sinkenden Arbeitsnachfrage (Nachfrageschock) eine strukturelle Arbeitslosigkeit. (-> Rückgang der Güternachfrage). Dies geschieht weil die Arbeitgeber nicht einfach den Lohn kürzen können.

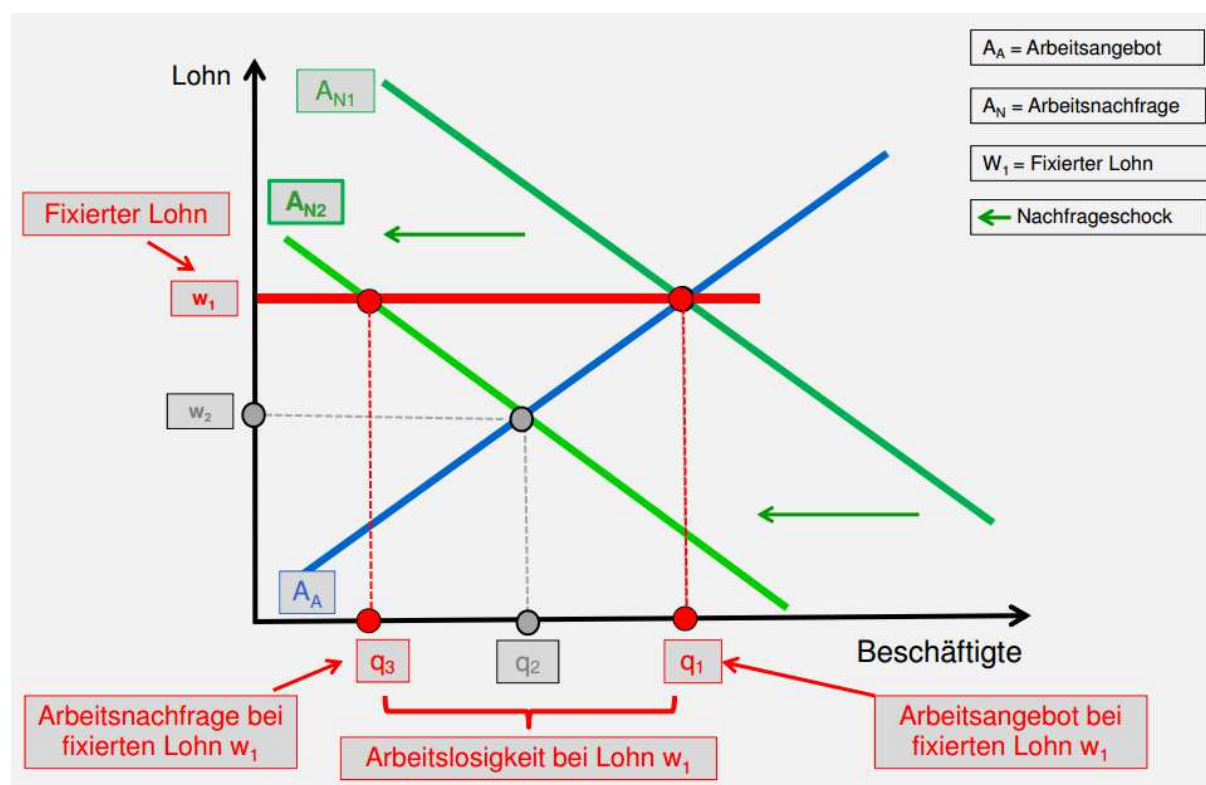
6.3.3 Nachfrageschock

Ein Nachfrageschock ist ein unerwartetes Ereignis, das zu einer Linksverschiebung der Nachfragekurve führt. Beispielsweise wenn: weniger Güter produziert werden können und so der Nutzen jeder Arbeitskraft kleiner wird. Ein Nachfrageschock ist ein unerwartetes Ereignis, welche Auswirkungen auf die Arbeitsnachfrage der Unternehmen hat.

6.4 Regulierung des Arbeitsmarktes

6.4.1 Fixer Lohn

Löhne bleiben gleich, obwohl weniger Produkte produziert werden, dann gibt es Entlassungen. Theoretisch sollte man eigentlich die Löhne senken. Doch das würde zu „Krieg“ mit den Gewerkschaften (Einfluss der Gewerkschaften und der gesetzlichen Regulierung) führen und die MA stark demotivieren.



6.4.2 Mindestlohn

Die Idee von Mindestlöhnen ist ein Instrument von Gewerkschaften um „Working Poors“ wenigstens zum Teil zu verhindern. Die theoretische Folge von Mindestlöhnen ist, dass weniger Leute angestellt werden, da ihr Lohn ihre Produktivität überschreitet.

Vorteile und Nachteile

- + Kaufkraft von Mitarbeitern steigt -> höherer Umsatz
- + höhere Motivation -> niedrigere Fluktuation
- + Arbeitgeber investieren in Ausbildung um Produktivität der Mitarbeiter zu steigern
- + Korrektur eines Marktungleichgewichts: wenn der Arbeitgeber zu dominant ist, könnte er den Mitarbeitern einen Lohn unter ihrer Produktivität zahlen

- Die Lohnkosten werden auf Preise überwältigt
- weniger Lohnerhöhung für mittlere Einkommen
- Abbau von Nebenleistungen (Fringe-Benefits, Ferienkürzung)
- Für die Armutsbekämpfung sind Mindestlöhne ein grobes Instrument. -> Haushalte (mit Doppelverdienern) profitieren, obwohl sie es nicht nötig hätten!

Alternative zu den Mindestlöhnen: EITC (Earned income tax credit)

EITC heisst: „negative Einkommenssteuer“. Personen mit einem tiefen Einkommen erhalten einen Zuschuss vom Staat, sprich Steuererleichterung oder Subventionen.

- + Es werden Haushalte statt Einzelpersonen unterstützt und ist darum zielgenau
- + Das Arbeitsangebot bleibt bestehen, da sie die Unterstützung nur bekommen wenn sie Arbeit haben. Der Anreiz weiter arbeiten zu gehen bleibt bestehen! (keine Arbeit = keine Unterstützung)
- + Die Arbeitsnachfrage bleibt bestehen, Jobs mit niedrigerer Produktivität und Qualifikationsansprüchen bleiben erhalten
- + Der administrative Zusatzaufwand ist gering (denn die ganzen Angaben für die Unterstützung, stützen sich auf die Angaben in der Steuererklärung.)

6.5 Produktivität und Arbeitslosigkeit

Produktivität heisst: Nutzen der Tätigkeit eines Arbeitnehmers für die Unternehmung, sie ist massgebend für den Lohn.

Gründe für Arbeitslosigkeitsanstieg in Europa:

- 2% Produktivitätswachstum: Kurzfristig 2% weniger Arbeitsplätze
- 1% Zunahme der Arbeitnehmerzahl -> steigende Arbeitslosigkeit um 1%
- 2% Wirtschaftswachstum -> sinkende Arbeitslosigkeit um 2%

Ursache für die unterschiedliche Entwicklung der USA und Europa liegt in den sozialen Sicherungssystemen:

-> Europa: Schwierig MA zu entlassen. Und die Arbeitslosen müssen einen Job nur dann annehmen wenn der Lohn dem früheren Einkommen entspricht. -> grosszügige AL-Gelder

-> USA: MA können leicht entlassen werden. Einmal entlassen müssen die Arbeiter schnell tiefere Löhne akzeptieren. Denn nicht alle entlassenen Personen erhalten Arbeitslosenunterstützung. Zudem entspricht das AL-Geld bloss ca. 50% des letzten Lohnes.

In den USA müssen die Arbeitnehmer tiefere Löhne akzeptieren und einen neuen Job annehmen. -> Konkret: Man müsste Billiglohnjob annehmen -> sinkende Arbeitslosigkeit!

Die fallenden Reallöhne in den USA für unqualifizierte Arbeitnehmer und die steigende Arbeitslosigkeit in Europa sind auf die gleichen Ursachen zurückzuführen:

Technologischer Fortschritt:

Der techn. Fortschritt führt zu einem Abbau von unqualifizierten Arbeitsplätzen in der Industrie. Diese Arbeitsplätze hatten eine hohe Produktivität und damit hohe Löhne. Neu geschaffene Arbeitsplätze für unqualifizierte Personen im DL-Sektor haben demgegenüber eine tiefe Produktivität und damit relativ tiefe Löhne.

Weltweite Verflechtung der Volkswirtschaften (Globalisierung):

Die internationale Verflechtung führt zu einer Auslagerung von standardisierten Tätigkeiten in Entwicklungsländer, während sich die Industrieländer auf kapital- und wissensintensive Güter wie z.B. Maschinen konzentriert.

Gründe für die steigende Industrieproduktion in den USA:

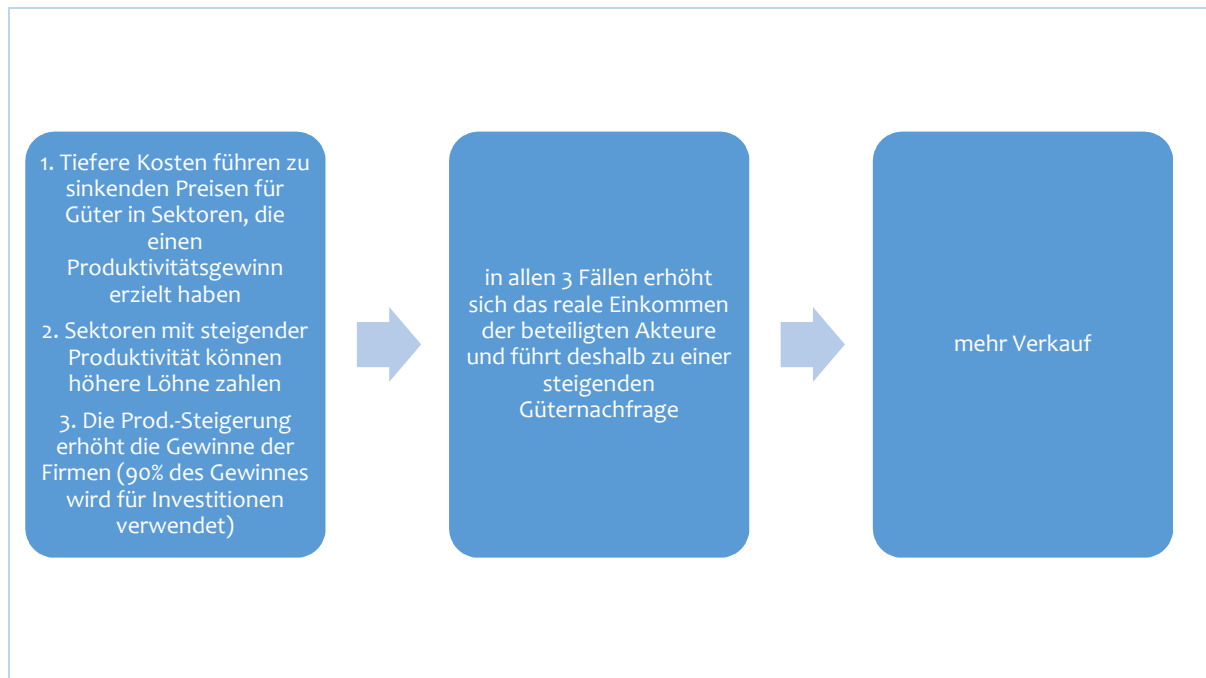
1. Automatisierung der Produktionsabläufe + tiefere Lohnkosten als in Europa (gemeint sind hier die Gesamtlohnkosten, also inkl. Sozialabgaben, welche z.B. in Deutschland sehr hoch sind, hingegen in den USA sehr tief!)
2. Günstigere Energiekosten, weil man seit ca. 10 Jahren aus Schiefergestein Öl und Gas produzieren/fördern kann.

6.5.1 Geht uns Arbeit aus Nein.

Eine höhere Produktivität kann zu einem Beschäftigungsabbau in einem Sektor führen, dies ist jedoch in der Volkswirtschaft als Ganzes nicht der Fall (Denkfehler den viele machen – Vermischung von einzel- und gesamtwirtschaftlicher Ebene hinsichtlich einer Arbeitsplatzvernichtung infolge technischen Fortschritts)

Die steigende Produktivität ermöglicht eine höhere Produktion und damit die Schaffung neuer Arbeitsplätze

Wenn beispielsweise Prod.-Steigerungen sinkende Preise für PCs auslösen, sinken auch die Kosten in anderen Sektoren der Wirtschaft, z.B. im Bankensektor. Diese Kostenreduktionen können drei Effekte haben:



6.6 Schweizerische Arbeitsmarktpolitik

Ist damit das Modell mit den fixen Löhnen gemeint?

6.7 Informationsasymmetrien und Erfolg

6.7.1 Adverse-Selection (negativen Auslese)

Wenn Arbeitnehmer oder Arbeitgeber der anderen Partei vor Vertragsabschluss Informationen verheimlicht bzw. mehr weiss als die andere Partei und den Informationsvorsprung auszunutzen weiss.

-> Auswahl eines unerwünschten Vertragspartners auf Grund ungenügender oder falscher Informationen. Diese falsche Auswahl nennen Ökonomen eine adverse selection. -> **kann überall dort passieren, wo die Leistung nicht genau gemessen werden kann!**

Bsp.: Mitarbeiter weiss noch wenig über den Arbeitsplatz; Arbeitgeber weiss nicht wie motiviert der Kandidat ist.

Bsp: Informatiker, Dozent, Arzt, Anwalt, etc.

Lösung (Signalling – Signale senden)

Arbeitnehmer-Signale:

- Ausbildung als Qualitätssignal
- Gute Noten -> Signalisieren von Leistungswille
- Seltene Arbeitsplatzwechsel in der Vergangenheit -> Firmentreue
- Firmengründung als Filteranlage für Humankapital (Wissen) -> Teamgeist, analytische Fähigkeiten, hohe Belastbarkeit. Ausserdem bei Kreditfinanzierung -> Screening (vor Finanzentscheid des Kreditgebers wird die Geschäftsidee und die pers. Fähigkeiten des Firmengründers (4-5% erhalten Finanzierung) -> Kreditbeschaffung als Signal einsetzen
- Anerkennung durch Peers (Open-Source-Software-Projekten)

Firma/Arbeitgeber-Signale:

- Mitspracherechte für die Arbeitnehmer
- Mehr Ferien (5 statt 4 Wochen)
- Bew.-Verfahren mit langen Bewerberlangen -> kommuniziert Selektivität durch eine hohe Anzahl an Ablehnungen
- Regelmässige Evaluierung eines Angestellten
- allg. Weiterbildung bezahlen

Einsatz von Selbstauswahlmechanismen:

- Verschiedene Verträge vorlegen -> MA verrät sich wenn er schnell wieder wechseln will (wählt Vertrag mit konstantem Lohn und nicht mit tiefem Einstiegslohn welcher nach 2 Jahren deutlich ansteigt)
- Kompliziertes Bewerbungsverfahren (Assessment-Center) -> Bewerber mit geringen Fähigkeiten werden abgeschreckt.
- Regelmässige Evaluierung eines Angestellten und Einhaltung von „Up-or-out-Regeln“ (wer nicht in die nächste Hierarchiestufe befördert wird, muss aus einer gewissen Funktion ausscheiden) -> MA mit geringer Produktivität melden sich gar nicht

6.7.2 Moral-Hazard (moralisches Fehlverhalten)

Der Arbeitgeber hält Versprechungen nicht ein, der Arbeitnehmer ist faul. Kommt erst nach Vertragsabschluss zum Vorschein.

Lösungen

- Karrieremöglichkeit (positive Anreize)
- Leistungslöhne (positive Anreize)
- Vertragliche Festlegung von Rechten und Pflichten
- Kontrolle
- Kündigungsandrohung (negative Anreize)

6.7.3 Hold-up (Überfall)

Vertragspartei hat spezifische Investitionen getätigt und wird nun von der anderen ausgenutzt/ausgebeutet. Kommt erst nach Vertragsabschluss zum Vorschein.

Spez. Investition von Firma/Arbeitgeber:

- Einarbeitung eines neuen MA. Diese verliert an Wert wenn der MA kündigt („sunk costs“)
- Beahlt eine Weiterbildung. Wandert der MA ab, werden diese Investitionen wertlos.
- Abhängigkeit durch knappes Angebot an Qualifikationen am Markt -> MA verfügt über seltene Qualifikationen die nicht einfach so auf dem Markt eingekauft werden können. (z.B. kann seltene Sprache, welche für den Arbeitgeber von grossem Nutzen ist (Kunden)).

Arbeitnehmer

- Wissen über firmeninterne Abläufe -> verlieren bei Kündigung an Wert
- Wohnortwechsel bei Stellenwechsel -> muss der MA erneut wechseln, werden diese Invest. Wertlos -> Arbeitgeber muss Kosten (z.B. Zügelkosten) bei Entlassung übernehmen

- Ein gutes Arbeitszeugnis (gute Reputation) könnte vom Arbeitgeber verwehrt werden -> Druckmittel für Firma
- Spez. Investitionen in Forschung und Entwicklungsprojekte -> bei Kündigung ist dieses Wissen nahezu wertlos. (z.B. SAP Neu-Entwicklung eines Softwareprogramms) -> **Lösung:** Durch Kündigungsschutzregeln. Sollte das Projekt scheitern, bleibt der MA in der Firma.
- Umgekehrt zu oben: Wenn der Arbeitgeber die Sprachausbildung (zu seltener Sprache) bezahlt kann dieser den MA danach zu Mehrarbeit auffordern, mit dem Verweis auf eine allfällige Auflösung des Vertrages (Druckmittel). -> Weil die erlernte Sprache nur in Beziehung zum ausländischen Klienten von Nutzen ist.

Lösung

Verträge (Kündigungsschutzregeln)

6.8 Zusammenfassung Asymmetrische Informationen (wichtig)

	<i>Adverse Selection</i>	<i>Moral-Hazard</i>	<i>Hold-up</i>
<i>Problem:</i>	Verborgene Eigenschaften eines Gegenstands/einer Person	Unerwünschte Verhaltensänderungen des Vertragspartners	Ausbeutung eines Vertragspartners
<i>Entstehungszeitpunkt</i>	Vor Vertragsabschluss	Nach Vertragsabschluss	Nach Vertragsabschluss
<i>Problemursache</i>	Qualitätseigenschaften eines Gegenstands/einer Person sind unbekannt	Verborgene Handlungen; Anstrengung des Vertragspartners nur unvollständig beobachtbar	Ein Vertragspartner ist in der schwächeren Verhandlungsposition
<i>Beispiele</i>	Einstellung von Personal, Güterkäufe	Leistungsverhalten eines Mitarbeiters, Arzt und Patient, Anwalt und Mandant, Pilot und Flugpassagier	Ein Vertragspartner hat Investitionen getätigt, welche nur in der Beziehung zu einem Vertragspartner von Nutzen sind (z.B. Lernen einer seltenen Sprache nur für den Arbeitgeber)
<i>Lösungsansätze</i>	Beim <i>signalling</i> sendet ein Vertragspartner Signale, womit er über seine Eigenschaften informiert Beim <i>screening</i> beschafft sich der Vertragspartner die Informationen selbst, die aus seiner Sicht für den Vertragsabschluss notwendig sind	- Kontrolle - Informationsaustausch - Anreizsetzung	- Vertragliche Schutzrechte

6.9 Leistungslöhne und Anreize

6.9.1 Nachteile von Leistungslöhnen

- Leistung ist nicht objektiv messbar
- Der Erfolg einer Firma kommt vom Team, nicht von einer Einzelleistung
- Nur die Leistungen werden bewertet und andere wichtige Faktoren wie Sozialkompetenz werden ignoriert
- Gibt Mitarbeiter das Gefühl fremdgesteuert zu sein, es entsteht ein Zwang (extrinsische Motivation) -> Motivation sinkt

6.9.2 Anreize und Motivation

Der Verdrängungseffekt hat zur Folge, dass die Extrinsische, die intrinsische Motivation überdeckt bzw. verdrängt. Die intrinsische Motivation ist die Motivation von innen her (innere Befriedigung in der Arbeit veranlasst zu einer hohen Leistung für die Firma) -> z.B. für **Verdrängungseffekt**: Eltern entlohnen Kinder für Hausarbeiten mit Geld. -> Die Kinder tun nur noch etwas im Haus für Geld -> Die innere Motivation (der Mutter zu helfen) wurde verdrängt und durch äussere Anreize ersetzt.

Die intrinsische Motivation lässt sich durch folgende Faktoren negativ oder positiv beeinflussen:

- + Persönliche Beziehungen und Kommunikation
- + Partizipation -> Je höher die Mitentscheidungsmöglichkeit, desto eher machen sie Ziele zu ihren eigenen.
- + Interesse an der Tätigkeit -> Wissen um die Ergebnisse ihrer Arbeit, Verantwortlich für die Ergebnisse der Arbeit erleben und die Arbeit selbst als bedeutsam ansehen
- + Vermittelte Botschaft -> Beweggründe des MA würdigen bei Eingriff des Arbeitgebers
- + Auszeichnungen (MA des Monats, etc.) -> nützt, aber oft nur kurzfristig
- Uniformität der Behandlung -> Arbeitgeber behandelt alle gleich -> MA empfinden, dass ihr Engagement nicht honoriert wird
- Leistungslöhne -> erhöhen das Gefühl der Fremdsteuerung -> die int. Motiv. wird geschwächt
- Ungerechte Behandlung -> wenn z.B. Entlohnung als ungerecht beurteilt wird -> in. Mot. sinkt.

In diesem Zusammenhang spricht man auch von „psychologischen Verträgen“. D.h. gegenseitige Erwartungen der MA und Arbeitgeber. Psychologisch deshalb, weil die Verträge nicht niedergeschrieben sind. Eine Verletzung dieses Vertrages aus Sicht MA hat weitreichende Folgen, in dem die MA ihr freiwilliges Engagement reduzieren (Dienst nach Vorschrift, geringere Hilfsbereitschaft, etc.)

7 Umwelt und externe Effekte (nichts so wichtig)

7.1 Externe Effekte

Externe Effekte sind Einflüsse von Handlungen durch einen Akteur auf einen anderen Akteur, ohne dass sich die Handlungsfolgen in den Preisen widerspiegeln.

z.B. falscher Preis und dadurch zu hohe bzw. zu tiefe Produktion von Gütern.

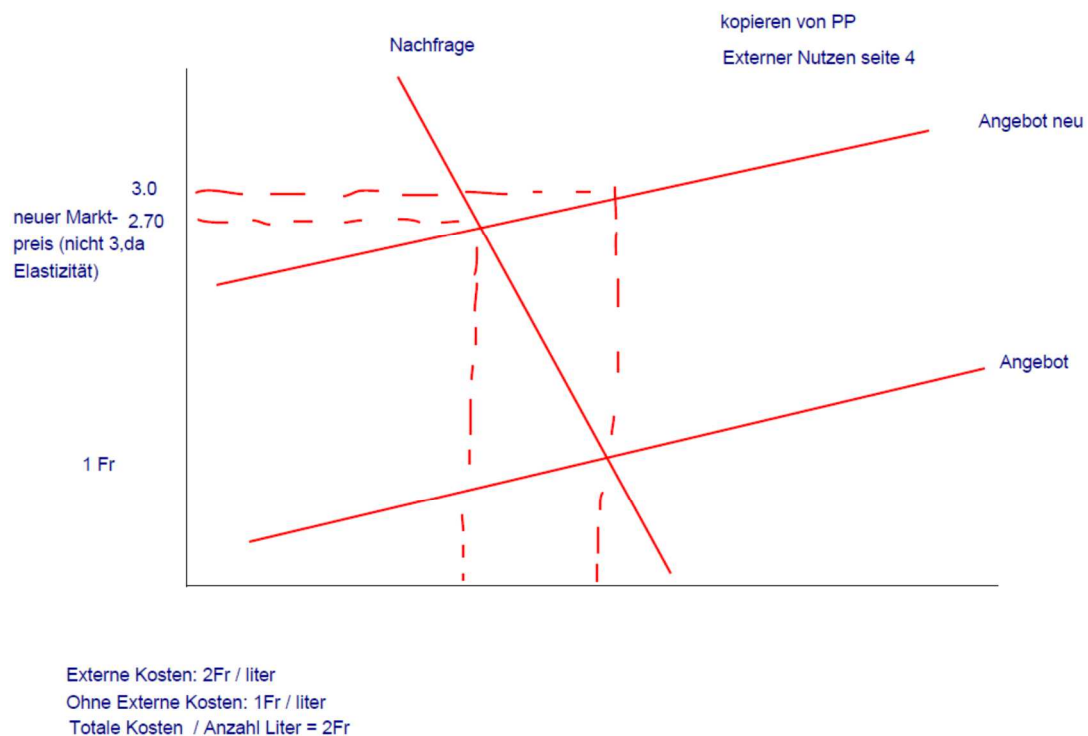
Externer Nutzen: Nutzen, für die der Verursacher keine Entschädigung erhält. Es wird ein Nutzen für Aussenstehende geschaffen, ohne dass die Nutzen-Empfänger den Nutzen abgelten (bezahlen).
 Bsp.: Schöne Architektur, Musik wird im Internet gratis abgegeben, Ausbildung schafft einen Nutzen für die Gesellschaft, biologische Landwirtschaft pflegt die Landschaft

Externe Kosten: Kosten, die der Verursacher nicht bezahlt. Die Schäden werden auf Aussenstehende übertragen.

Bsp.: Skipisten verunstalten die Berge, Waschmittel belasten das Wasser, schlechte Architektur, intensive Landwirtschaft überdüngt die Seen und verschmutzt das Trinkwasser.

7.2 Wohlfahrtsverluste durch externe Effekte

Externe Effekte führen dazu, dass der Marktpreis zu tief ist. Infolge des falschen Preises ist die Produktion zu hoch (bei externen Kosten) bzw. zu tief (bei externem Nutzen).



7.3 Lösungsansätze

Internalisierung der externen Kosten: Das heisst, dass der Verursacher die Kosten übernehmen und bezahlen muss.

Ziel umweltpolitischer Massnahmen ist es, externe Kosten zu vermeiden oder die externen Kosten, welche nicht vermieden werden können, beim Verursacher zu internalisieren.

Internalisierung von externen Kosten bedeutet, dass der Verursacher die externen Kosten seines Handelns übernehmen und auch bezahlen muss.

7.4 Formen von umweltpolitischen Massnahmen

7.4.1 Aufruf zu freiwilligem Umweltschutz

Aufklärung über die Folgen des umweltschädigenden Verhaltens sowie Betonung moralischer Werte.

-> Bringt nichts, da Mensch ein Homo Oeconomicus ist. (es ist rational, sein Verhalten nicht zu ändern)

7.4.2 Polizeirechtlichen Umweltschutz (Regulierungen)

Regulierungen sollen zu einer Verbesserung führen. Abgasnormen, Geschwindigkeitslimiten, technische Auflagen (z.B. Anforderungen an Fahrzeuge/Benzin die erfüllt sein müssen, damit sie zugelassen werden), etc.

- Kein Anreiz zur **Unterschreitung** der staatlichen Vorschriften (Grenzwerte) -> Einhalten ja, aber nicht mehr!

7.4.3 Lenkungsabgaben (Pigou-Steuer)(wichtig)

Prinzip: Es wird von externen Kosten ausgegangen. Durch deren Anlastung werden

Verkehrsleistungen verteuert. Die Verkehrsteilnehmer erhalten Anreize, das Fahrverhalten

anzupassen und die Emissionen zu verringern. Wer dies tut, muss weniger Abgaben leisten und wird finanziell belohnt. -> Jene die, die Umwelt belasten müssen mehr Steuern zahlen

- Geringe Elastizität der Benzinnachfrage (in der kurzen Frist) -> Man nutzt das Auto weil es für mich wichtig ist. -> trotz höheren Preisen die Umwelt weiter verschmutzen

7.4.4 Öko-Bonus (Rückvergütung der Einnahmen)

Umweltsteuern sollen nicht zu zusätzlichen Einnahmen führen. Eine Rückerstattung der Einnahmen aus der marktwirtschaftlichen Internalisierung externer Kosten stellt aus ökonomischer Sicht die beste Lösung dar.

Behauptung: Durch Rückerstattungen der Einnahmen aus Internalisierungsmassnahmen, würde die Lenkungswirkung zunichte gemacht.

Botschaft/Antwort: Lenkungseffekt ist immer noch vorhanden (Politiker wollen immer noch, dass wir weniger Auto fahren).

Fazit: Diejenigen die viel Auto fahren zahlen mehr ein (via Steuern), als sie zurückerhalten.

Bsp.: Jeder Schweizer bekommt 500Fr. Rückvergütet. Lenkungseffekt ist immer noch vorhanden, wird aber gemildert.

8 Prüfung

8.1 Fragen

1. Was sind *alternative* Regeln? Kommt in der Definition der VWL vor.
2. Seite 4 im Script Externe-Effekte und Umwelt -> wie funktioniert das Beispiel? Wieso führt eine Internalisierung der externen Kosten (Reduktion des Preises zu einer geringeren Absatzmenge??) -> macht das Sinn??
3. Unterschied zwischen natürlichen und unnatürlichen Monopolen? -> Wieso braucht es hier staatliche Eingriffe? Der Markt hat doch das nat. Monopol geschaffen? (Strommarkt = natürliches Monopol??) -> nat. Monopol != nat. Zutrittsschranken??
4. Lemons-Problematik beim Baseball? (nicht verstanden)
5. Planwirtschaft = Kommunismus? Nein oder?
6. Wieso ist eine tiefe Inflation direkt mit starkem Wirtschaftseinbruch und einer steigenden Arbeitslosigkeit verbunden?
7. Die Entwicklung verschiedener Länder aufzeigen bzw. skizzieren und den Zusammenhang zu Spielregeln aufzeigen -> 1x Spielregel nennen können! (Das Buch geht zu weit!) -> Kann das jemand erklären/aufzeichnen??
8. Ökonomie der Ehe -> konkret?
9. Natürliche und nicht natürliche Marktzutrittsschranken aufzeigen und mit Bsp. erläutern
10. Wettbewerbspolitik bei natürlichen und nicht natürlichen Zutrittsschranken aufzeigen
11. Fiktionelle = saisonale Arbeitslosigkeit??
12. Schweizerische Arbeitsmarktpolitik beschreiben? (ist damit der flexible und fixe Arbeitsmarkt gemeint??)
13. Wohlfahrt beschreiben und deren Auswirkungen bei (öffentlichen Gütern, externen Kosten- und externen Nutzen, externen Effekten)??
14. Was ist Wohlfahrt? (in einfachen Worten)
15. Das Entstehen eines Marktgleichgewichts aufzeigen??
16. Wieso fällt „Strategisches Firmenverhalten (Dumpingpreise)“ unter nicht-natürliche Zutrittsschranken? Das wurde ja nicht vom „Staat erlassen“?!