

Mikroökonomik und Makroökonomik

Dr. Johannes Reeg (M.Sc.)

Kapitel 3

Der Markt in Aktion

Probleme der Arbeitsteilung in der Realität komplexer als bei Robinson und Freitag

- Wie erhalten die vielen einzelnen Anbieter Informationen darüber, welche Güter sie produzieren sollen und in welchen Mengen?
- Wie werden die Pläne der unterschiedlichsten Nachfrager so koordiniert, dass sie zu den Plänen der Anbieter passen, so dass es in der Regel zu einem *Gleichgewicht* (d.h. ex-ante Kompatibilität) von Angebots- und Nachfrageplänen kommt?

Neue Modellwelt

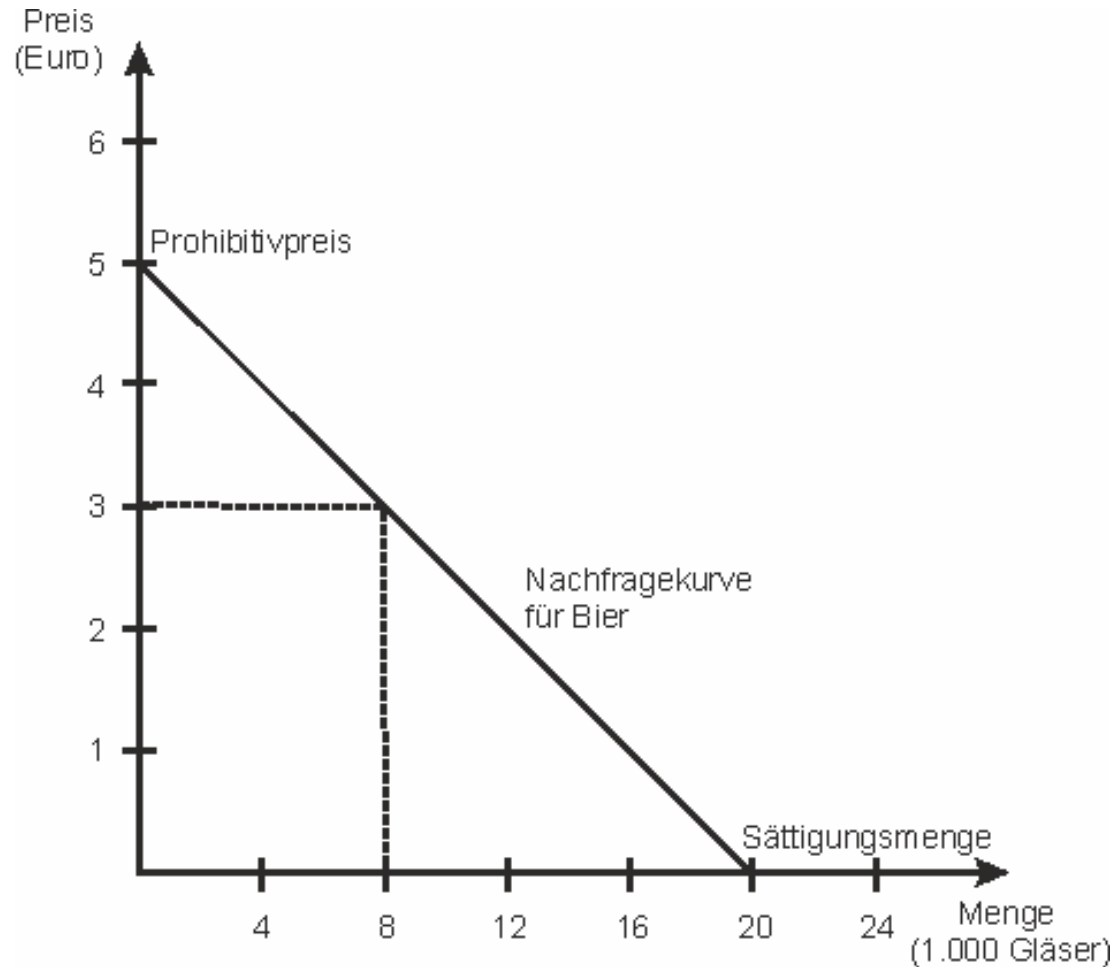
- Markt für Bier in den Kneipen einer Universitätsstadt
- Viele Anbieter, d.h. es handelt sich um einen Wettbewerbsmarkt (**Polypol**). Andere Marktformen:
 - **Oligopol** (wenige Anbieter) in Kapitel 9
 - **Monopol** (nur ein Anbieter) in Kapitel 8
- Grundlegendes Instrumentarium: Angebots- und Nachfragekurven wie in Kapitel 2

Das „Orderbuch“ für die Biernachfrage: Wie viele Gläser werden von vier „**repräsentativen StudentInnen**“ bei unterschiedlichen Preisen nachgefragt?

Preis (Euro)	Fritz	Paul	Jenny	Julia	Summe
5	0	0	0	0	0
4	2	0	1	1	4
3	3	1	2	2	8
2	4	2	3	3	12
1	5	3	4	4	16
0	6	4	5	5	20

Die Nachfragekurve für den Biermarkt

(bei 4.000 Studierenden, die sich zu jeweils 25 % aus den vier „repräsentativen Studierenden“ zusammensetzen)



Wichtige Aspekte der Nachfragekurve

- Die „nachgefragte Menge“ steigt (sinkt), wenn der Preis sinkt (steigt):
 - Einkommen sind begrenzt
 - Zusätzliche Einheiten eines Gutes sind für einen Konsumenten immer weniger wert
 - (Annahme des *abnehmenden Grenznutzens*,
1. Gossen'sches Gesetz)
- Prohibitivpreis: Der Preis ist so hoch, dass niemand das Gut mehr nachfragt
- Sättigungsmenge: Auch bei Freibier (Preis = 0) gibt es Konsumgrenzen

Das Orderbuch für Bieranbieter: Wie viele Gläser werden von **einem** Anbieter bei unterschiedlichen Preisen angeboten?

Preis pro Glas (Euro)	Angebots- menge	
0	0	
1	0	Preis entspricht gerade den Kosten, die für das Bier an die Brauerei gezahlt werden
2	400	Bierkneipe erzielt Deckungsbeitrag
3	800	Es lohnt sich, eine Aushilfskraft einzustellen
4	1200	Es lohnt sich, eine zweite Aushilfskraft einzustellen
5	1600	Es lohnt sich, eine feste Kraft einzustellen
6	2000	Es lohnt sich, zwei feste Kräfte einzustellen

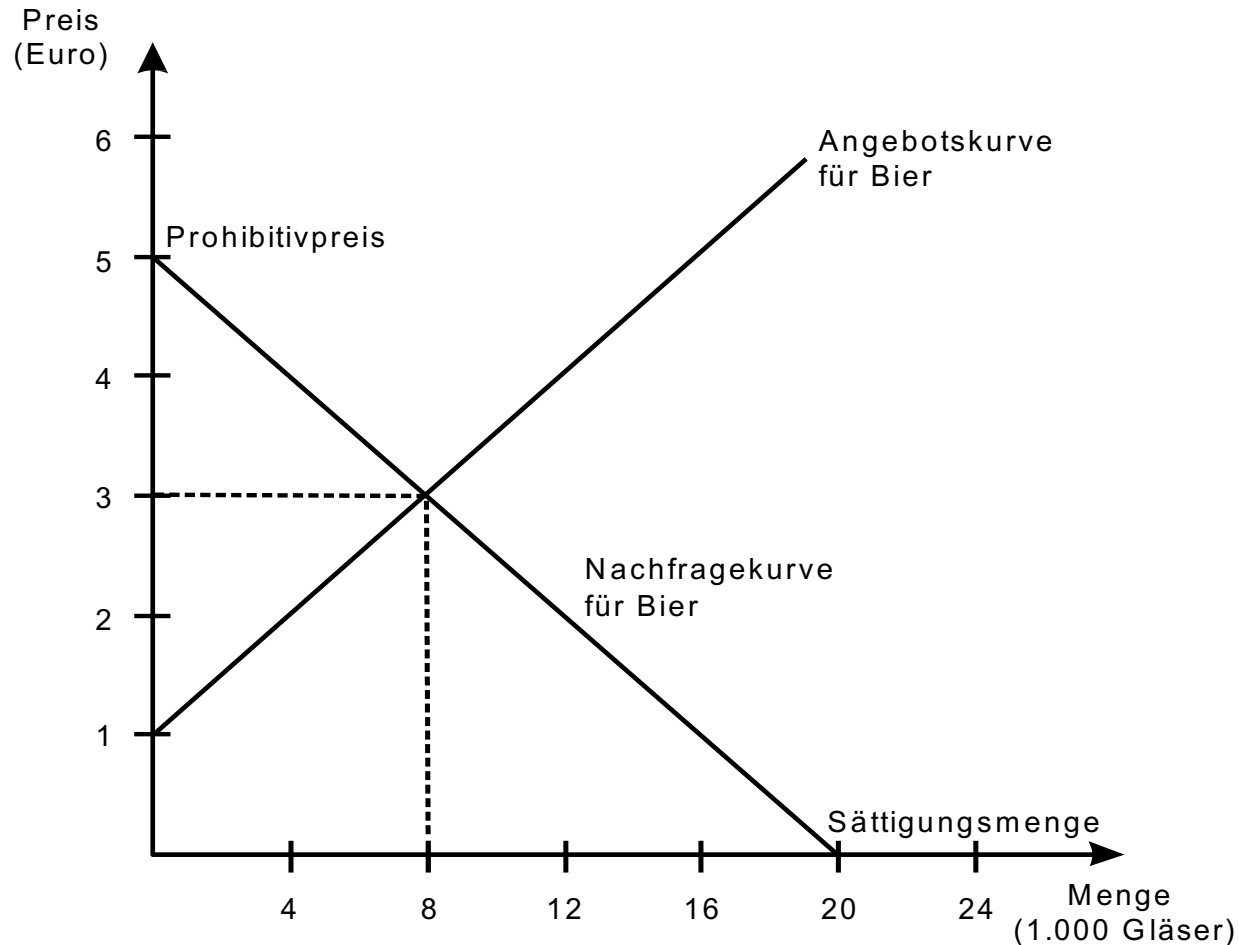
Die Angebotskurve für den Biermarkt bei zehn repräsentativen Lokalen



Wichtige Aspekte der Angebotskurve

- Die „angebotene Menge“ steigt mit dem Bierpreis :
 - Kosten für eine zusätzliche Einheit nehmen zu (Annahme der *steigenden Grenzkosten*)
 - Angebotskurve bildet damit die Grenzkosten der Anbieter ab
 - Grenzkosten sind die Kosten, die bei der Produktion einer zusätzlichen Einheit eines Gutes entstehen
- Die Anbieter sind erst ab einem Mindestpreis, der die variablen Grenzkosten deckt, bereit überhaupt Bier anzubieten (hier: 1 Euro)

Gleichgewichtspreis für Bier im Schnittpunkt von Angebots- und Nachfragekurve



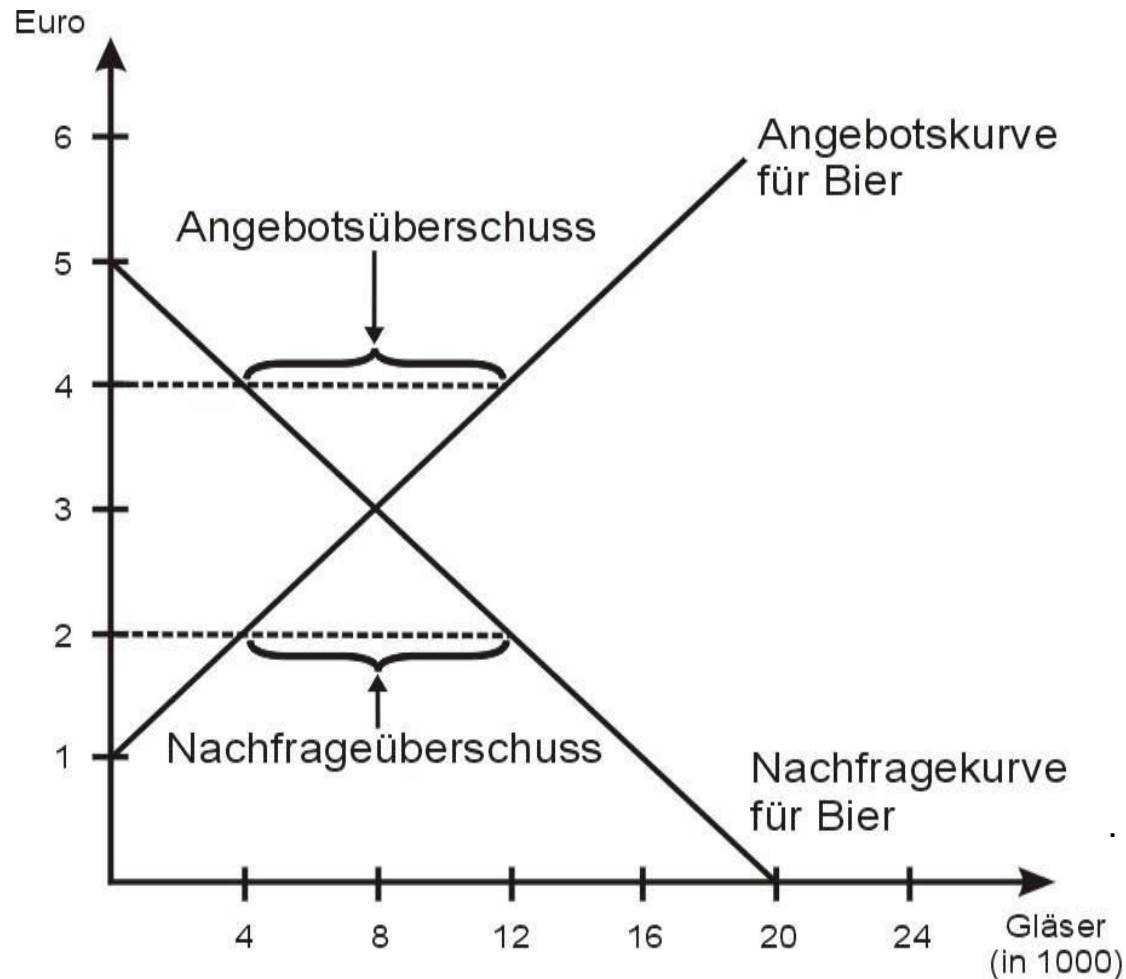
Gleichgewichtspreis wird in der Realität durch einen „trial and error“ Prozess gefunden

- Ein Wirt, der 4 € verlangt, hat keine Gäste mehr im Lokal
- Ein Wirt, der nur 2 € verlangt, hat mehr Nachfrager, als er zu diesem Preis bedienen möchte, da seine Kosten nicht gedeckt werden
- Wichtig bei Wettbewerbsmarkt: Einzelner Anbieter muss sich an den Marktpreis anpassen („Preisnehmer“)

Gleichgewichtspreis als Schnittpunkt von Angebots- und Nachfragekurve

- Nachfragekurve für den
Biermarkt: $p = 5 - (1/4.000)x$
- Angebotskurve für den
Biermarkt: $p = 1 + (1/4.000)x$
- Gleichsetzen der beiden Kurven ergibt Gleichgewichtspreis und
Gleichgewichtsmenge:
 $x = 8.000$
 $p = 3$

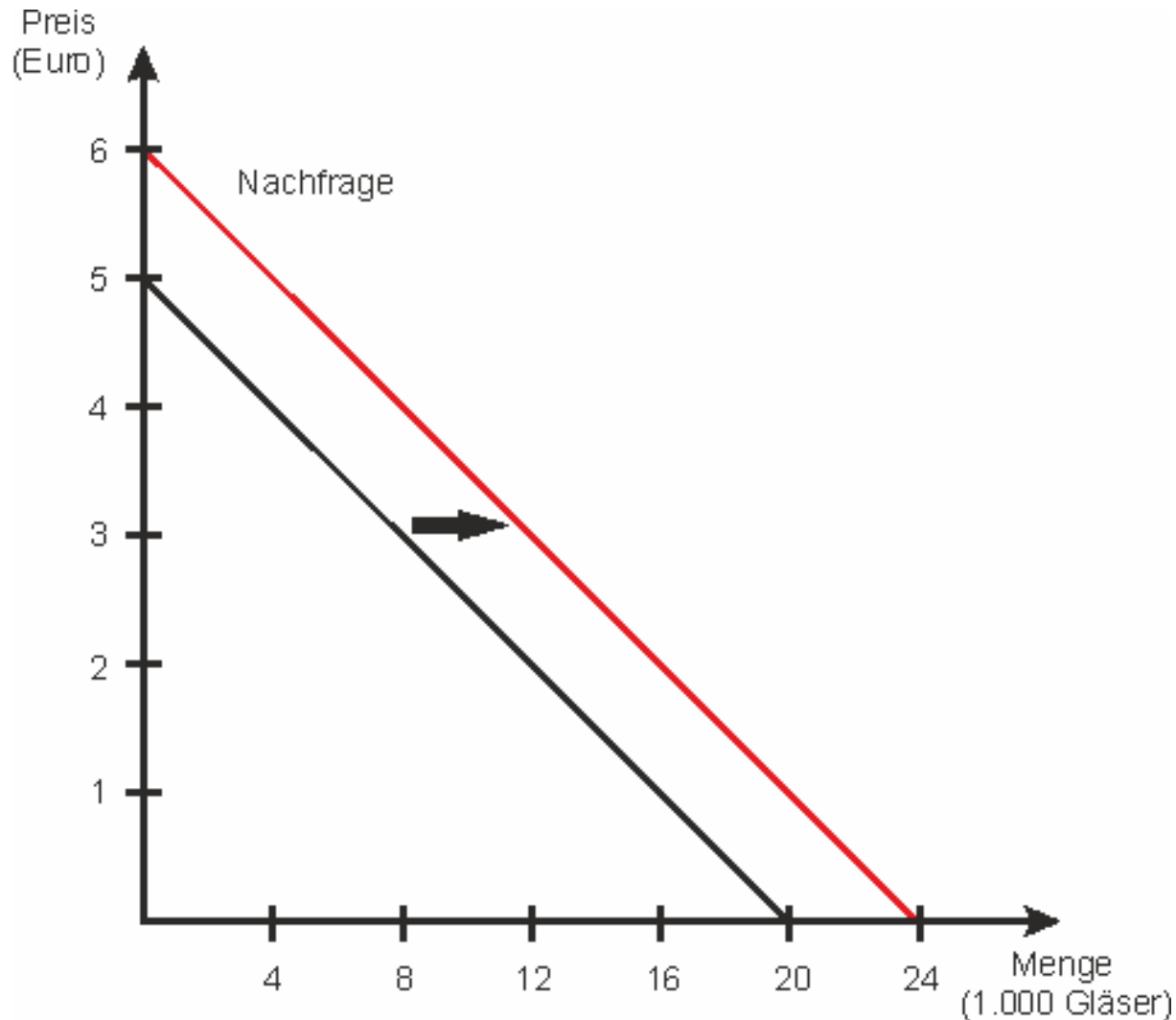
Angebots- und Nachfrageüberschuss bei nicht-markträumenden Preisen



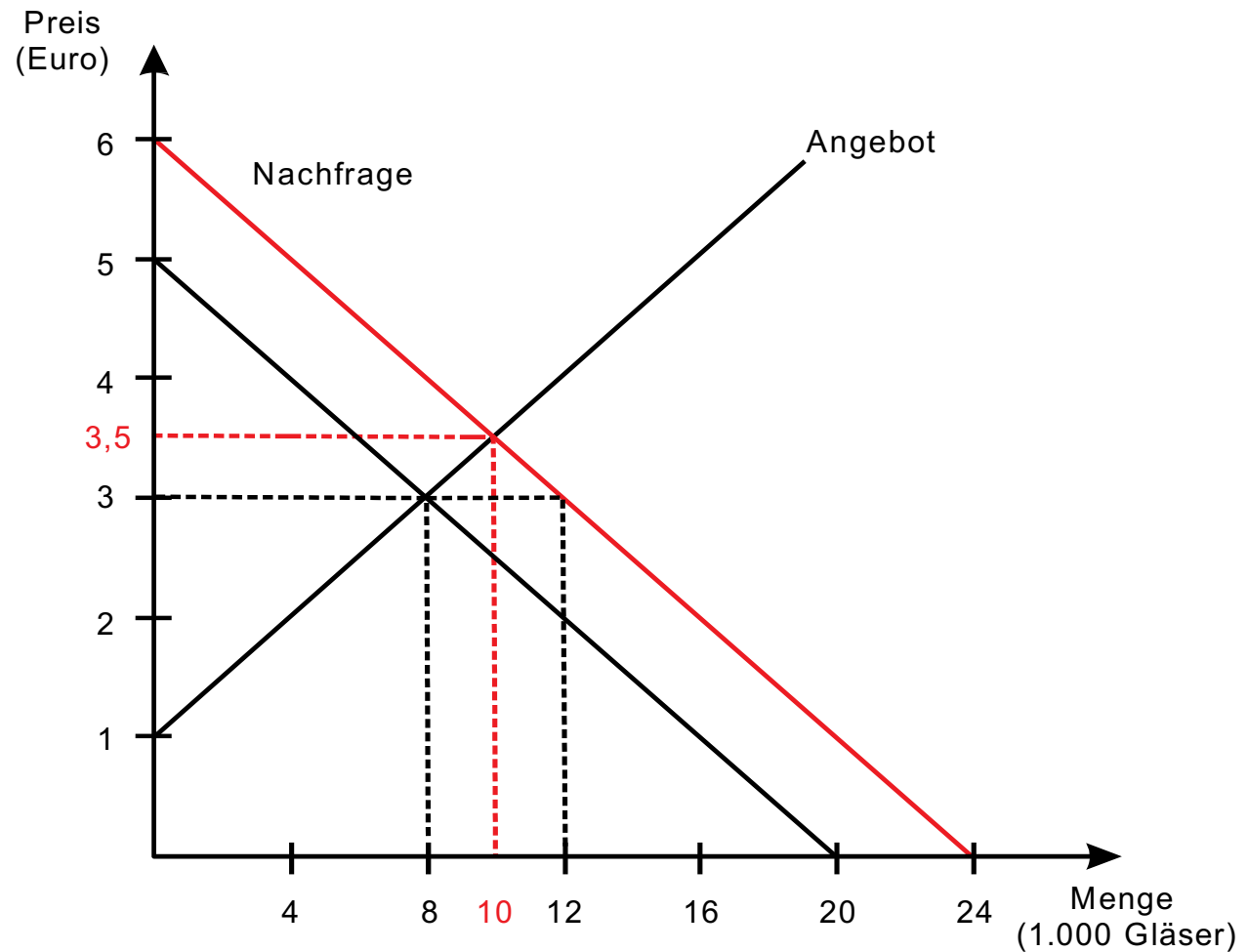
Wie wirken sich Datenänderungen auf die Nachfrage aus?

- Mögliche Änderungen auf der Nachfrageseite:
 - Einkommen der StudentInnen steigen
 - Präferenzen für Bier nehmen zu (Studie weist nach: Bier gut für Lernerfolg)
 - Preis für Cola steigt („substitutives Gut,,)
 - Preis für Zigaretten sinkt („komplementäres Gut“)
 - Zahl der StudentInnen steigt (neue FH)

Nachfragekurve verschiebt sich für diese Daten-Änderungen nach rechts



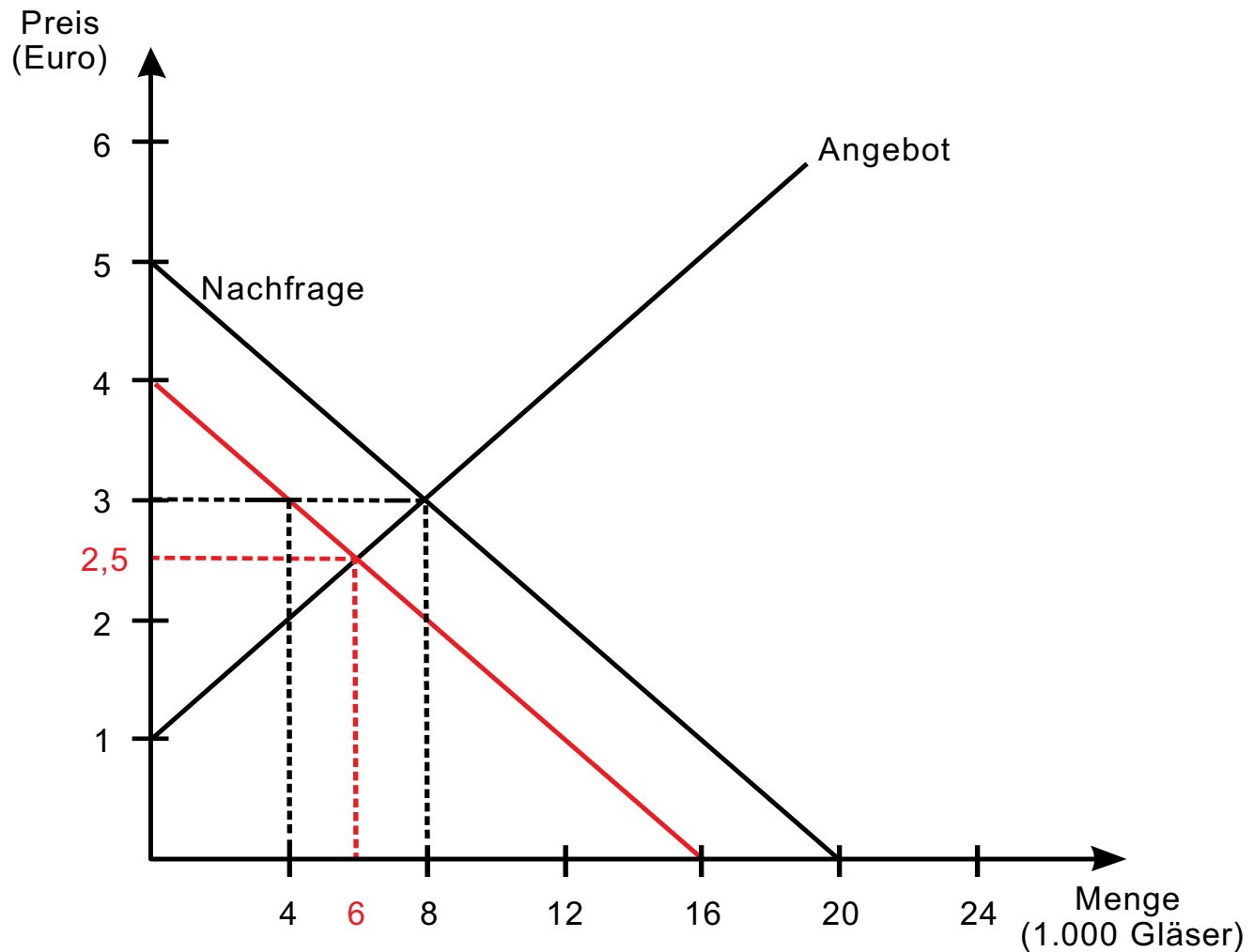
Markt nach gestiegener Nachfrage



Wichtige Aspekte

- Gleichgewichtspreis steigt:
 - Signal für die Nachfrager, dass Bier ein stärker begehrtes Gut geworden ist
 - Signal für die Anbieter, dass die Nachfrage zugenommen hat und Anreiz, die angebotene Menge auszuweiten
- Nachfrageseite steuert das Angebot
(Prinzip der Konsumentensouveränität)

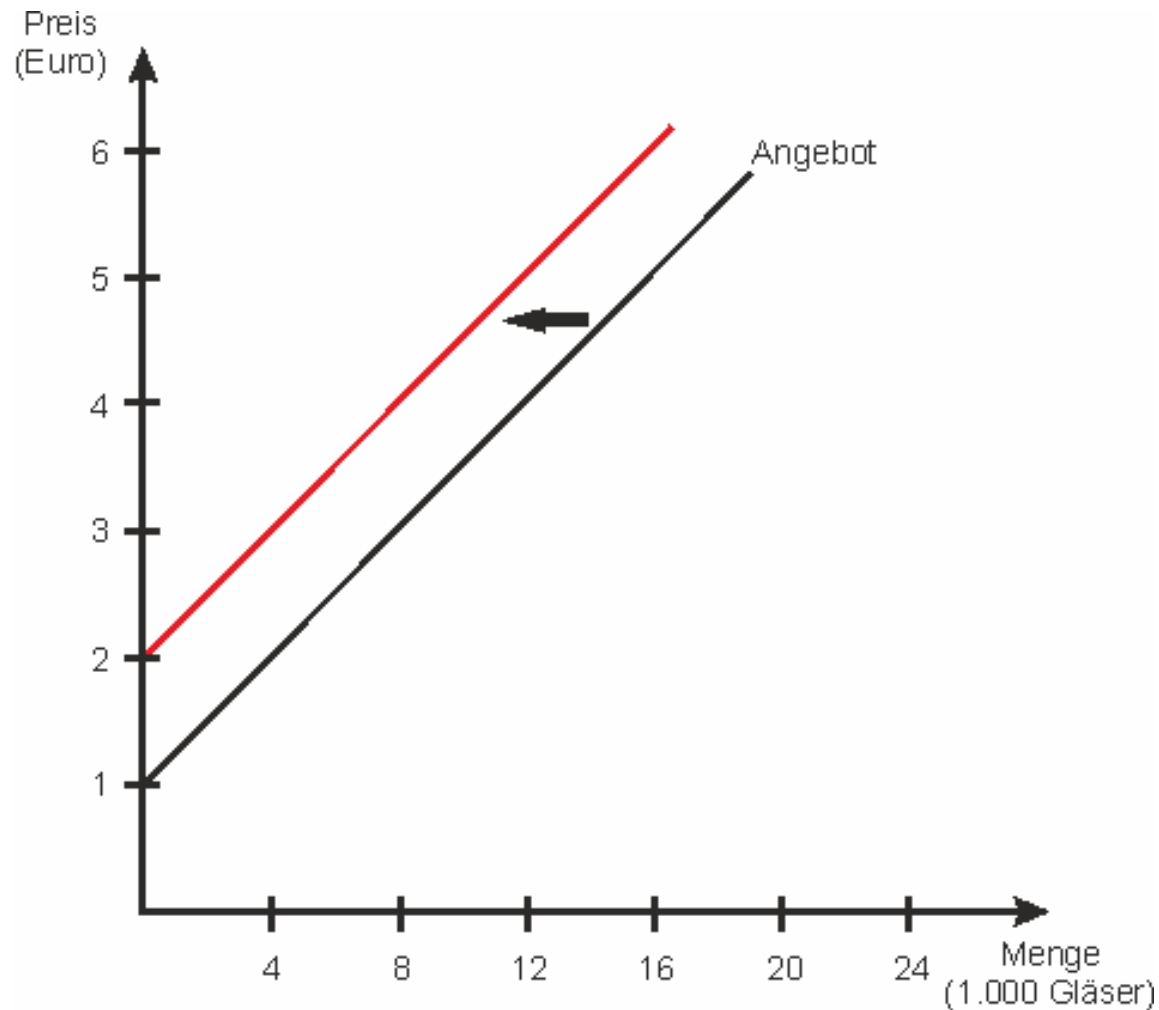
Analog: Markt bei Rückgang der Nachfrage



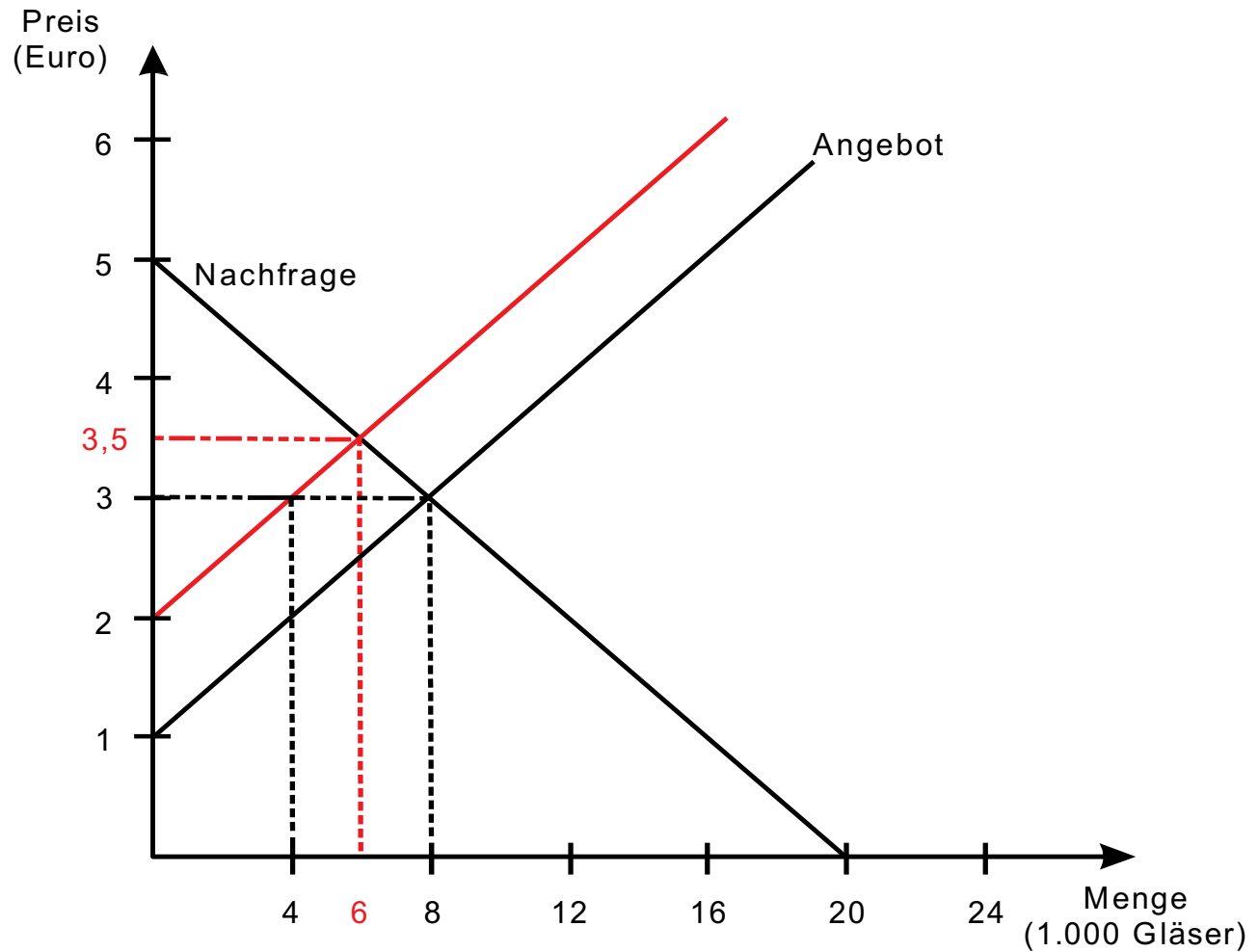
Wie wirken sich Daten-Änderungen auf das Angebot aus?

- Mögliche Änderungen auf der Angebotsseite:
 - Kosten der Brauerei für die Rohstoffe steigen (Chinesen trinken mehr Bier, der Hopfenpreis steigt)
 - Produktivität: Arbeitskräfte sind weniger leistungsbereit
 - Regulierungen: Zusätzliche staatliche Hygienevorschriften
 - Zahl der Anbieter: Mehrere Wirte machen ihr Lokal zu

Angebotskurve verschiebt sich nach links



Markt nach Rückgang des Angebots



Wichtige Aspekte

- Gleichgewichtspreis steigt
- Signal für die Verbraucher, dass es für die Gesellschaft aufwendiger geworden ist, Bier bereitzustellen
- Signal für die Anbieter, neu in den Markt zu gehen

Fazit

- Lage und Steigung von Angebots- und Nachfragekurven verdichten alle relevanten **Informationen** über die Angebots- und Nachfrageseite
- Marktpreis sorgt dafür, dass es zu einem **Gleichgewicht** von angebotener und nachgefragter Menge kommt
- Preisänderung gibt für Anbieter und Nachfrager ein **Signal**, ihr Verhalten zu ändern

Überblick über die Determinanten des Angebots und der Nachfrage

- **Nachfrage**

- Einkommen der Verbraucher
- Präferenzen der Verbraucher
- Preis komplementärer Güter
- Preis substitutiver Güter
- Zahl der Nachfrager

- **Angebot**

- Kosten für Inputfaktoren
- Produktionstechnik („technischer Fortschritt“)
- Regulierungen
- Zahl der Anbieter

Wichtige Unterscheidungen

- „Nachfrage“ bzw. „Angebot“ bezeichnen die gesamte Nachfrage- bzw. Angebotskurve
- „nachgefragte Menge“ bzw. „angebotene Menge“ bezeichnen Punkte auf einer Nachfrage- bzw. Angebotskurve
- Datenänderungen verschieben immer eine der beiden Kurven
- Es verändern sich der Gleichgewichtspreis sowie die angebotene *und* nachgefragte Menge

Das Konzept von Konsumenten- und Produzentenrente

- Der Markt ist in der Regel eine „WinWin-Situation“. Die Vorteile für Anbieter und Nachfrager werden in der volkswirtschaftlichen Theorie als „Renten“ bezeichnet. Diese Renten sind nicht mit Altersrenten zu verwechseln.
- Rente der Konsumenten: „**Konsumentenrente**“
- Rente der Produzenten: „**Produzentenrente**“

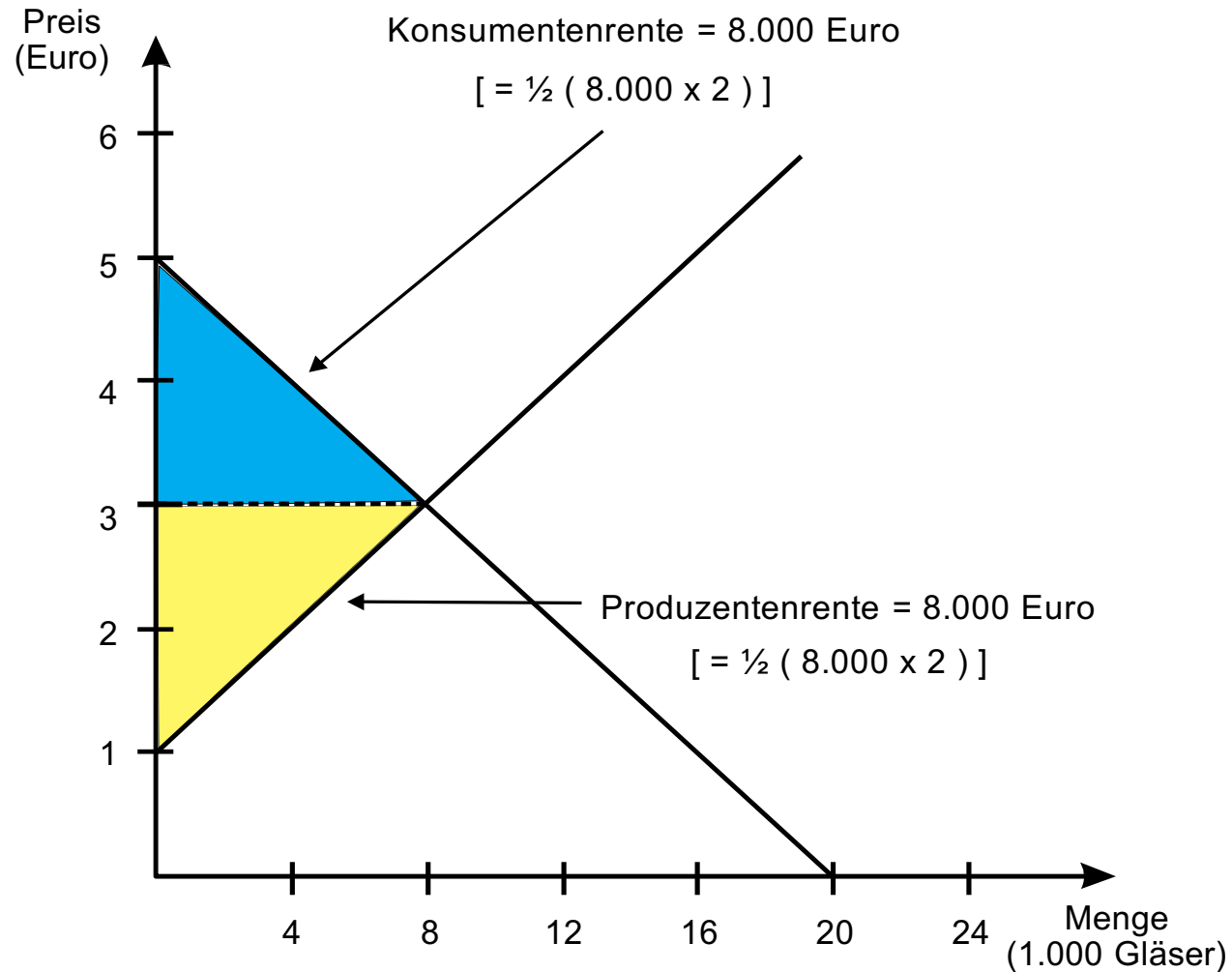
Konsumentenrente

- Nachfragekurve für ein Gut gibt an, welchen Preis die einzelnen Konsumenten maximal für ein Gut zu zahlen bereit sind (Beschaffungspreis-Obergrenze)
- Zahlungsbereitschaft zeigt, welchen Wert ein Konsument einem Gut beimisst
- Wettbewerbs-Markt: Einheitlicher Preis bei unterschiedlichen Wertschätzungen
- Individuelle Konsumentenrente: Differenz zwischen Wert und Preis
- Gesamte Konsumentenrente: Fläche zwischen Nachfragekurve und der Geraden durch den markträumenden Preis

Produzentenrente

- Angebotskurve gibt an, welchen Preis die Anbieter für ein Gut mindestens fordern (Abgabepreis-Untergrenze)
- Abgabebereitschaft zeigt, dass einem Gut dieser Wert (= Grenzkosten) beigemessen wird
- Wettbewerbsmarkt: Einheitlicher Preis trotz unterschiedlicher Wertschätzungen
- Produzentenrente: Fläche zwischen dem markträumenden Preis und der Angebotskurve

Konsumenten- und Produzentenrente

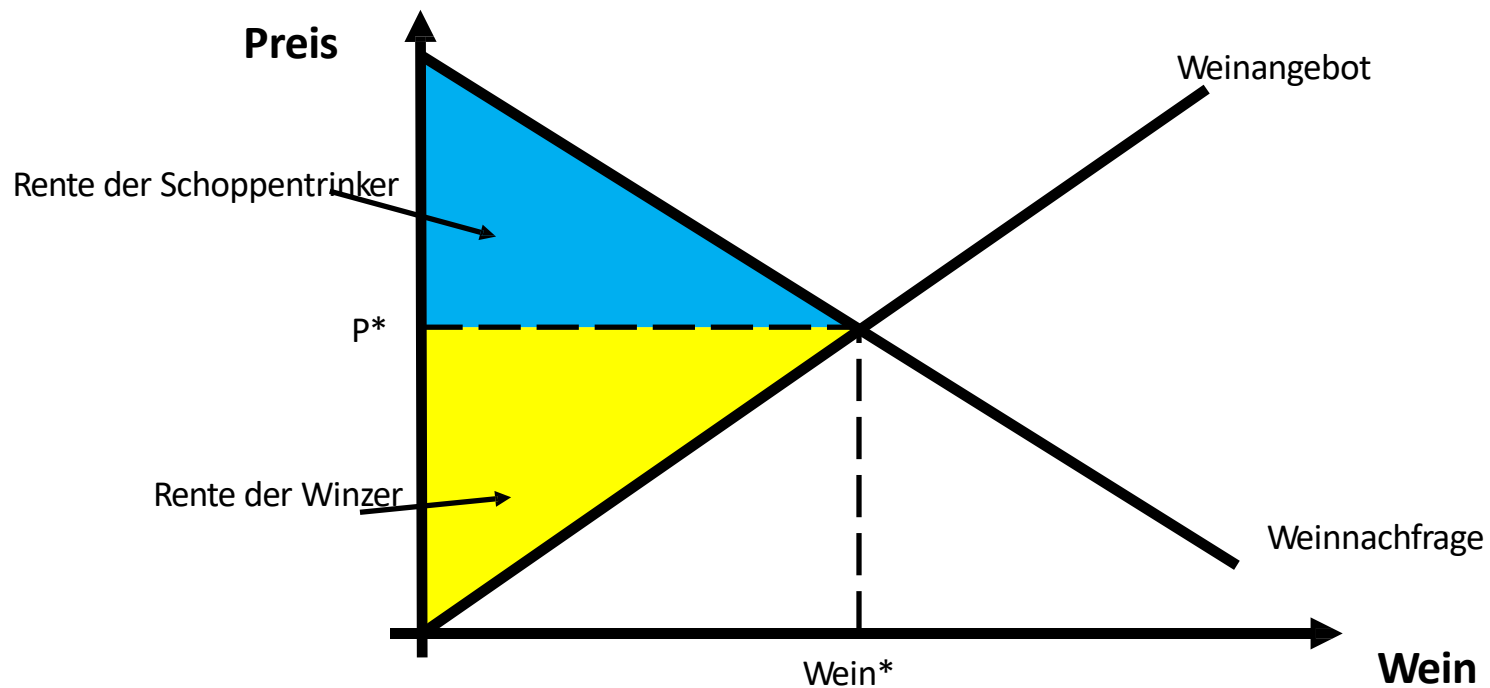


Frage:

- **Aufgrund schlechter Witterung fällt die Weinernte der regionalen Winzer in diesem Jahr schlechter aus als üblich. Welche Aussage(n) ist/sind korrekt (unter Annahme obiger Nachfrage- und Angebotskurven)?**
1. Die Rente der Schoppentrinker bleibt konstant.
 2. Die Rente der Winzer fällt definitiv.
 3. Der markträumende Schoppenpreis steigt an.
 4. Die Nachfragekurve verschiebt sich nach rechts.

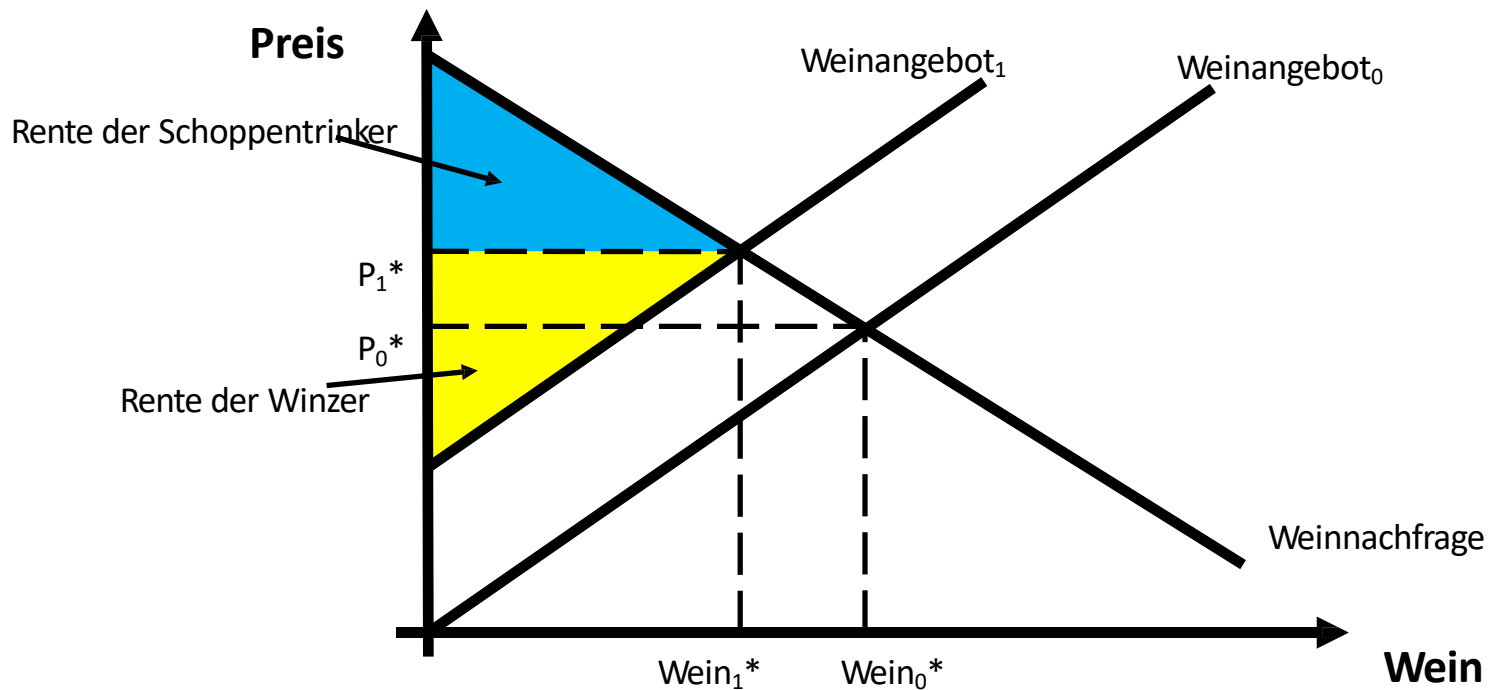
Schlechte Weinernte verknappt/verschiebt das Angebot

Ausgangslage:



Schlechte Weinernte verknappt/verschiebt das Angebot

Schlechte Weinernte:



Wichtige Aspekte

- Konsumentenrente und Produzentenrente verdeutlichen die Vorteile, die sich für Anbieter und Nachfrager aus der Teilnahme an einem Markt ergeben.
- In der Summe sind die hier dargestellten Renten maximal, da weder Beeinträchtigung des Wettbewerbs noch staatliche Eingriffe vorliegen.