

1. Zehn volkswirtschaftliche Regeln

Volkswirtschaftslehre:

Befasst sich mit der Art und Weise wie die Gesellschaft die knappen Ressourcen bewirtschaftet.

Knappheit:

Die Natur der begrenzten gesellschaftlichen Ressourcen.

Volkswirtschaft:

Eine Gruppe von Menschen die bei Ihrer Lebensgestaltung zusammenwirken.

1.1. Regel 1: Alle Menschen stehen vor abzuwägenden Alternativen

Um ein Ziel zu erreichen muss immer auf etwas verzichtet werden, das man auch schätzt. Man muss also zwischen den vorhandenen Alternativen abwägen und aus dem Zielkonflikt den richtigen Kompromiss eingehen.

Neben vielen anderen Zielkonflikten ist der Entscheidung zwischen hohem Einkommen und einer sauberen Umwelt sehr von Bedeutung. Der Verzicht auf Lohnteile hat in diesem Zusammenhang eine gesündere Umwelt zur Folge, da zum Schutz der Natur die Produktionskosten steigen und weniger Gewinn ausgeschüttet werden kann.

Effizienz:

Mit den vorhandenen Ressourcen so viel wie möglich erwirtschaften.

Gerechtigkeit:

Wie der Ertrag der Ressourcen in der Gesellschaft aufgeteilt wird.

Die Politik befasst sich mit Aufteilung der Effizienz. Sie möchte eine möglichst gerechte Lösung. Leider schmälert die Gerechtigkeit die Effizienz. Praktisch gesagt, bremst die Abgabe von Lohnteilen zur Unterstützung der Armen den Ansporn produktiver zu arbeiten. Somit sinkt der Ertrag aus den Ressourcen.

Damit die Gesellschaft die richtigen Entscheidungen trifft muss sie sich der Alternativen klar bewusst sein und die Zielkonflikte erkennen.

1.2. Regel 2: Die Kosten eines Gutes bestehen aus dem, was man für den Erwerb eines Gutes aufgibt.

Um die Alternativen abzuwägen muss man sich deren Nutzen und Kosten im Klaren sein.

Opportunitätskosten:

Die Kosten, die entstehen, wenn man sich für etwas entscheidet. Die Kosten errechnen sich aus der Differenz der Alternativen. (Z.B. Spitzensport mit hohem Einkommen und dem Hochschulstudium mit keinem Einkommen und zusätzlichen Kosten.)

1.3. Regel 3: Rational entscheidende Leute denken in Grenzbegriffen

Marginale Veränderungen:

Das Vorgehen der Menschen Pläne bei Ihren Entscheidungen auf kleine Schritte aufzuteilen.

Bei der Entscheidungsfindung sind die Grenzen der Kosten und des Nutzen von grosser Bedeutung. Sind die Grenzkosten tiefer als der Grenznutzen so sollte diese Alternative gewählt werden.

1.4. Regel Nr. 4: Die Menschen reagieren auf Anreize

Die Menschen reagieren auf veränderte Umstände (z. B. der Preisanstieg). Wenn durch die Regierung Veränderungen erzeugt werden, werden diese Massnahmen nur richtig funktionieren, wenn auch die Reaktion der Menschen auf die geänderten Anreize richtig abgeschätzt wurde.

So z.B. hatte die Einführung der Sicherheitsgurte bei den Autos den schlussendlichen Effekt, dass die Menschen noch schneller fahren und mehr Unfälle machen. Beim Fahren mit 60 km/h ohne Sicherheitsgurte ist das Risiko, also die Grenzkosten höher als mit derselben Geschwindigkeit mit Gurten. Daher wird der Mensch schneller und unvorsichtiger fahren als vorher bis zum Punkt, wo die Grenzkosten wieder gleich hoch sind wie vor der Einführung der Sicherheitsgurten.

1.5. Regel Nr. 5: Durch Handel kann es jedem besser gehen

Die Einstellung beim Handel gebe es Verlierer und Gewinner ist falsch. Durch den Handel können sich beide Seiten verbessern. Durch den Austausch von Waren kann sich jeder Teilnehmer auf eine bestimmte Fähigkeit spezialisieren und trotzdem von einer grossen Vielfalt an Angeboten zu tiefen Preisen profitieren.

1.6. Regel Nr. 6: Märkte sind gewöhnlich gut für die Organisation des Wirtschaftslebens.

Marktwirtschaft:

Die Gesamtheit der Entscheidungen der Unternehmen und Haushalte bei der Aufteilung der Ressourcen in einer Volkswirtschaft.

Marktwirtschaften haben gezeigt, dass sie fähig sind erfolgreich eine Volkswirtschaft zu organisieren. Das heisst die soziale Wohlfahrt zu steigern.

Wie eine unsichtbare Hand verbessern Marktwirtschaften die soziale Wohlfahrt. Wichtiger Bestandteil ist dabei der Preis. Er spiegelt den gesellschaftlichen Wert und die Kosten der Produktion. Werden die Preise von den Menschen direkt festgesetzt, wird die Koordination zwischen den Entscheidungen der Unternehmen und Haushalte unterbrochen und die unsichtbare Hand wie gefesselt.

1.7. Regel Nr. 7: Regierungen können manchmal die Marktergebnisse verbessern

Die Regierung darf aber in einer Volkswirtschaft nicht fehlen. Zum Schutze der unsichtbaren Hand setzt sie die Gesetze durch. Sie sollte sich erst dann in die Marktwirtschaft einmischen, wenn ein Marktversagen vorhanden ist.

Marktversagen:

Wenn es dem selbstständigen Markt nicht möglich ist die Ressourcen richtig zu verteilen. Es kann durch Externalität und Marktmacht entstehen.

Externalität:

Die Handlung eines einzelnen beeinträchtigt die Wohlfahrt eines anderen.

Marktmacht:

Die Fähigkeit den Preis übermässig beeinflussen zu können.

Da das Zusammenspiel der Unternehmen und Haushalte nicht garantiert, dass dessen Ertrag gerecht aufgeteilt wird, ist es Aufgabe der Regierung diese Aufteilung so effizient wie möglich vorzunehmen.

1.8. Regel 8: Der Lebensstandard eines Landes hängt von der Fähigkeit ab, Waren und Dienstleistungen herzustellen.

Produktivität:

Die Menge hergestellter Güter pro Arbeitsstunde.

Je höher die Produktivität eines Landes, desto höher der Lebensstandard. Sobald sich die Produktivität verbessert, werden die Einkommen steigen. Auch hier ist die Regierung gefordert. Sie unterstützt die Produktivität durch die Verbesserung des Bildungsniveaus, der Realkapitalausstattung und dem Zugang zu Spitzentechnologie.

1.9. Regel 9: Die Preise steigen, wenn zu viel Geld in Umlauf gesetzt wird.

Inflation:

Der Anstieg sämtlicher Preise einer Volkswirtschaft.

Die Regierung sollte somit das Geldmengenwachstum so klein wie möglich halten um eine Inflation zu verhindern und das Preisniveau zu halten.

1.10. Regel 10: Die Gesellschaft hat kurzfristig zwischen Inflation und Arbeitslosigkeit zu wählen.

Phillips-Kurve

Der Zielkonflikt zwischen Inflation und Arbeitslosigkeit dargestellt in einem Diagramm.

Konjunkturzyklus

Die unberechenbaren Schwankungen der Wirtschaft verglichen mit dem Preisniveau oder der Produktionsmenge.

Inflation und Arbeitslosigkeit kann durch Staatsausgaben, Steuereinnahmen und der Geldmenge beeinflusst werden.

2. Volkswirtschaftliches Denken

2.1. Der Ökonom als Wissenschaftler

Wie auch Mathematik und Physik ist die Volkswirtschaftslehre eine Wissenschaft, da zur Erforschung wissenschaftliche Methoden eingesetzt werden.

Wissenschaftliche Methoden:

Die Überprüfung und Entwicklung von Theorien wie etwas funktioniert.

2.2. Die wissenschaftliche Methode: Beobachtung, Theorie und erneute Beobachtung

Ein Wissenschaftler in Volkswirtschaft hat nicht wie z.B. ein Physiker die Möglichkeit Experimente zu machen. Für seine Arbeit bedient er sich der Geschichte. Er benutzt die Vergangenheit um die Gegenwart zu erklären.

2.3. Die Rolle der Annahmen

Annahmen:

Wenn man annimmt, vereinfacht man das Problem um es verständlicher zu machen ohne dabei den Grundsatz zu verändern.

2.4. Ökonomische Modelle

Um Umstände besser zu erklären bedient sich auf die Wissenschaft der Volkswirtschaft den Modellen.

Modelle:

Vereinfacht etwas darzustellen ohne das grundsätzliche wegzulassen mit der Absicht das ganze verständlicher zu machen.

2.5. Unser erstes Modell: Das Kreislaufdiagramm

Input:

Oberbegriff für die Produktionsfaktoren (Arbeit, Kapital und Boden).

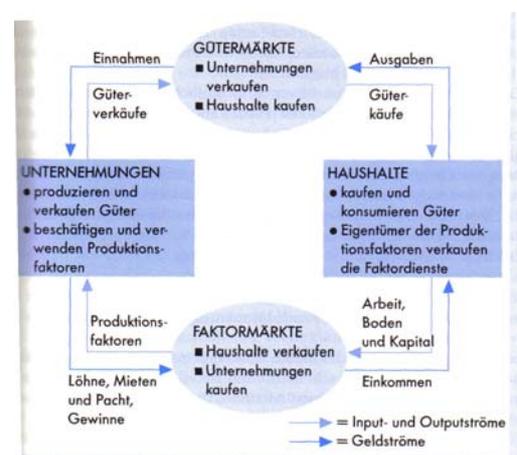
Gütermärkte:

Die Unternehmungen verkaufen Ihre Güter und Dienstleistungen an die Haushalte.

Faktorenmärkte:

Die Haushalte verkaufen die Produktionsfaktoren an die Unternehmungen.

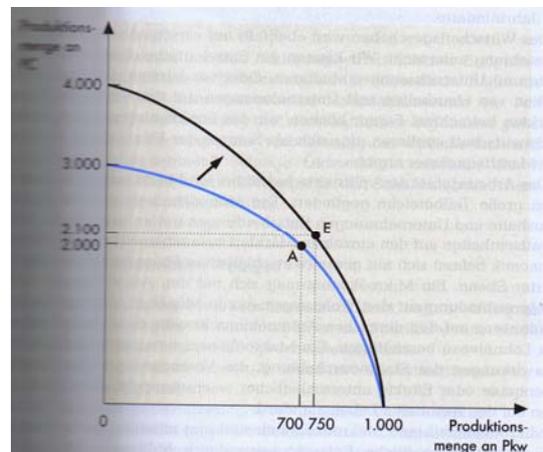
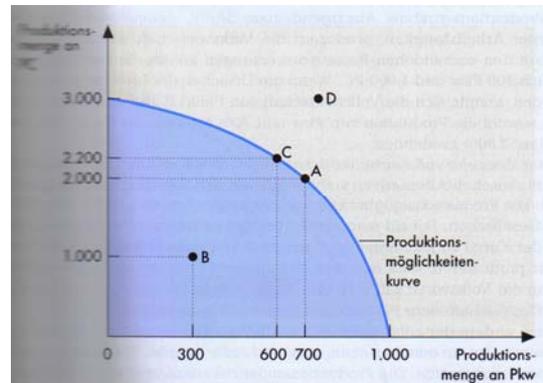
Das Diagramm zeigt den Fluss der Produktionsfaktoren von den Haushalten zu den Unternehmen. Das Erzeugnis, die Güter, fließen dann an die Haushalte zurück. Der zweite Strom stellt den Geldstrom dar. Das Geld der Haushalte fließt zur Bezahlung der



Güter in die Unternehmen wo es in Form von Gewinnen und Löhne zurück an die Haushalte geht.

2.6. Unser zweites Modell: Die Produktionsmöglichkeitenkurve

Infolge einer Annahme können nur Autos (Pkw) und Computer (PC) hergestellt werden. Stellt man keine Autos her sind maximal 3'000 PCs möglich. Im Gegenzug ist bei der Produktion von 1'000 Autos die Herstellung von PCs unmöglich. Dies sind die Extremsituationen. Die Produktionsmöglichkeitenkurve symbolisiert die Grenze des Möglichen. Alle Punkte über ihr sind nicht erreichbar (Punkt D). Liegt jedoch ein Punkt (C, A) genau auf der Kurve so kann die Menge des einen nicht ohne eine Verringerung des anderen vergrößert werden. Diese Punkte sind effizient. Bewegt man sich von A nach C verfolgt man das Ziel der Produktionssteigerung im Bereich der Computer. Um 200 PCs mehr herstellen zu können müssen 100 Pkws aufgegeben werden. Dies sind somit die Opportunitätskosten von 200 Computern. Daher sind alle Punkte unterhalb der Linie (B) ineffizient, da nicht alle Ressourcen ausgeschöpft werden.



In der zweiten Darstellung verschiebt sich die Kurve, da mit den gleichen Produktionsfaktoren mehr PCs herstellbar sind (z.B. durch technischen Fortschritt). Dies ergibt neue effiziente Punkte (A zu E).

2.7. Mikroökonomik und Makroökonomik

Mikroökonomik:

Untersucht die Entscheidungen der Unternehmen und Haushalte und wie die Wirtschaft zusammenwirkt in einzelnen bestimmten Märkten.

Makroökonomik:

Behandelt gesamtwirtschaftliche Probleme.

Beide Gebiete liegen eng zusammen. Um makroökonomische Vorgehen verstehen zu können bedarf es mikroökonomischer Bildung. Trotzdem unterscheiden sich die beiden Richtungen in ihren Fragen und Grundsätzen, dass man sie in der Bildung getrennt lehrt.

2.8. Der Ökonom als Wirtschaftspolitiker

Solange ein Ökonom die Wirtschaft untersucht ist er ein Wissenschaftler. Versucht er allerdings die Wirtschaft oder bzw. die Welt zu verbessern, ist er ein Politiker.

2.8.1 Positive gegen normative Analyse

Positive Aussage:

Sie ist beschreibend und hat die Absicht zu erklären. Sie ist durch Forschung nachweisbar oder verwerflich.

Normative Aussage:

Sie beschreibt wie etwas sein sollte. Sie beruht auf subjektiven Werturteilen. Eine solche Aussage kann nicht verworfen werden.

Die beiden Begriffe vermischen sich, da positive Aussagen unsere Normativen Aussagen beeinflussen. Benutzt ein Ökonom normative Aussagen, so bewegt er sich bereits in der Politik.

2.9. Warum Ökonomen uneins sind

Aus der Erfahrung der Politiker sind sich die Ökonomen uneins. Dies hat folgende Gründe:

- Sie sind sich über eine positive Theorie nicht einig.
- Sie haben unterschiedliche Wertvorstellungen und Ansichten darüber wie es sein sollte.
- Der Rat von Ungebildeten vernebelt die Aussagen des Ökonomen.

3. Interdependenz und die Handelsvorteile

3.1. Ein Gleichnis für die moderne Volkswirtschaft

Der Handel führt zu einer grösseren Gütervielfalt. Die Handelspartner gewinnen Vorteile in dem sie sich auf ihre Stärken spezialisieren.

3.2. Produktionsfaktoren

Wenn von einem Gut zu konstanten Raten zu einem anderen umgestellt werden kann, ist die Produktionsmöglichkeitskurve eine Gerade.

Autarkie:

Wenn sich ein Produzent gegen den Handel und somit für die Selbstversorgung entscheidet.

Bei einer Autarkie ist die Produktionsmöglichkeitskurve gleich der Konsummöglichkeitskurve. Um Entscheidungsmöglichkeiten bestimmen zu können, müssen wir Geschmack und Präferenzen der Konsumenten kennen.

3.3. Die Regel vom komparativen Vorteil

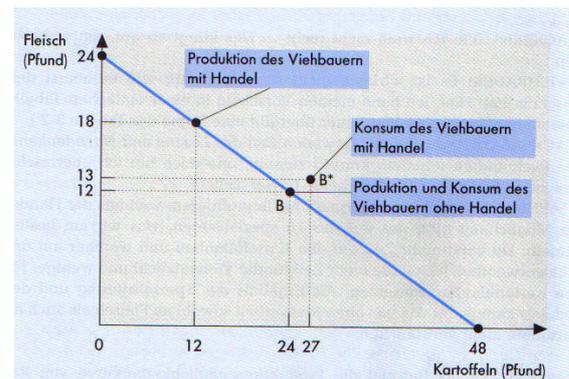
Absoluter Vorteil:

Begriff zum Vergleich der Produktivität zweier Parteien. Dabei werden die Produktionskosten (Input) verglichen. Wer den kleineren Input zur Herstellung eines Gutes hat, hat auch den absoluten Vorteil.

3.3. Opportunitätskosten und komparativer Vorteil

Verwendet ein Produzent bei der Herstellung zweier Produkte den Einsatz für das eine Gut, so verkleinert sich die Menge des anderen Gutes. Bei dieser Handlung bewegt er sich auf der Produktionsmöglichkeitskurve.

Stellt man diesen Umstand in einem Diagramm dar so stellt die Steigung die Opportunitätskosten dar. In der Grafik bedeutet die Produktion von einem Pfund Kartoffeln den Verlust von 0.5 Pfund Fleisch. Die Steigung beträgt somit -0.5 . Kehrt man diesen Bruch um erhält man die Opportunitätskosten der Kartoffel Herstellung, also 2.



Komparativer Vorteil:

Der Produzent, der zur Herstellung eines Gutes die geringeren Opportunitätskosten hat, besitzt einen komparativen Vorteil.

Beim Vergleich zweier Produzenten kann, mit Ausnahme wenn sie beide gleich produktiv agieren, keiner der beiden bei der Herstellung zweier Güter zwei komparative Vorteile besitzen.

3.4. Komparativer Vorteil und Handel

Beim Handel zwischen zwei Personen sollten sich beide auf ihren komparativen Vorteil spezialisieren. Dieses Vorgehen steigert die allgemeine Produktion. Aus diesen Gründen sollte jeder handeln, denn jeder besitzt einen komparativen Vorteil.

3.5. Soll die Bundesrepublik Deutschland mit anderen Ländern Handel treiben?

Import:

Wenn ein im Ausland hergestelltes Gut im Inland verkauft wird.

Export:

Wenn ein im Inland hergestelltes Gut im Ausland verkauft wird.

Der Handel aufgrund der Opportunitätskosten ist für die Allgemeinheit ein Vorteil, für die einen kann es aber auch zum Nachteil werden. Z.B. für die Produzenten eines Gutes ohne komparativen Vorteil. Politiker haben aber Recht, wenn Sie sagen, dass es beim Handel nie einen Verlierer gibt. Leider besteht die Welt nicht nur aus Vieh- und Ackerbauern. Daher ist eine klare Einteilung des Handels unmöglich. Weiter behindern Embargos, Zölle, usw. den freien Handel und verhindern die Basis zur Durchführung des Prinzips des komparativen Vorteils.

4. Marktkräfte von Angebot und Nachfrage

4.1. Märkte und Wettbewerb

Markt:

Die Gemeinschaft von potenziellen Käufern und Verkäufern eines Guts.

Nachfrage:

Die potenziellen Käufer bestimmen die Nachfrage des Guts.

Angebot:

Die potenziellen Verkäufer bestimmen das Angebot des Guts.

4.2. Wettbewerbsmärkte

Als hochgradig organisierter Markt gilt ein Markt in dem sich Käufer und Verkäufer zu festen Zeitpunkten treffen und beim Handel der grösstmögliche Umsatz durch Vergleich von Angebot und Nachfrage erzielt wird. Paradebeispiel ist hier die Wertpapierbörse. Der grösste Teil aller Märkte ist folglich unorganisiert.

Konkurrenz- oder Wettbewerbsmarkt:

So bezeichnet man einen Markt in dem es sehr viele Käufer und Verkäufer gibt. Der einzelne Käufer oder Verkäufer kann durch sein Handeln den Preis oder die umgesetzte Menge nicht beeinflussen.

Angebot und Nachfrage bestimmen den Preis und die umgesetzte Menge des Gutes.

4.3. Konkurrenz: vollständige und andere

Polypol:

Die vollständige Konkurrenz. Der einzelne Verkäufer ist strategieunfähig. Eine Bezeichnung für den vollkommenen Markt. Beide Parteien, Verkäufer und Käufer, können den Preis nicht unabhängig bestimmen (z.B. der Weizenmarkt in den USA).

Mengenanpasser oder Preisnehmer:

Wer sich in einem Polypol bewegt, gehört zu dieser Kategorie. Sie betrachten den Marktpreis als unveränderbar.

Der Polypol ist leider sehr oft die Ausnahme. Die meisten Märkte sind unvollkommen.

Unvollkommener Markt:

Die Güter sind nicht gleichartig. Die Parteien können den Markt nicht überblicken. Es bestehen räumliche, zeitliche und persönliche Unterschiede bei Angebot und Nachfrage.

Monopol:

Der Markt besitzt nur einen Verkäufer. Ein Markt ohne Wettbewerb.

Damit der Wettbewerb entstehen kann müssen mehrere Verkäufer vorhanden sein.

Oligopol:

Ein Markt in dem nur wenige Verkäufer vorhanden sind. Meist bestehend aus ein paar grossen Unternehmungen, die sich nur begrenzt auf Preiskämpfe einlassen.

Monopolistische Konkurrenz:

Es bestehen viele Verkäufer, die sich nur ganz fein von ihren Angeboten unterscheiden. Jeder Verkäufer kann somit leicht bei der Preissetzung mitgestalten.

4.4. Die Nachfragekurve: Die Beziehung zwischen Preis und Nachfragemenge

Nachfragemenge:

Die Menge eines Guts, die Käufer wollen und kaufen können.

Gesetz der Nachfrage:

Sind alle Bedingungen gleich sinkt die Nachfrage, wenn der Preis steigt. Sie vergrössert sich, wenn der Preis fällt. Die Nachfragemenge ist negativ abhängig vom Preis.

Sättigungsmenge:

Das Maximum der Nachfrage.

Prohibitivpreis:

Ein Preis den kein Käufer bezahlen will.

Nachfrageplan:

Eine Darstellung des „Wenn-Dann“. Z.B. wenn der Preis so hoch ist, dann fällt die Nachfrage in einem bestimmten Mass.

Nachfragekurve:

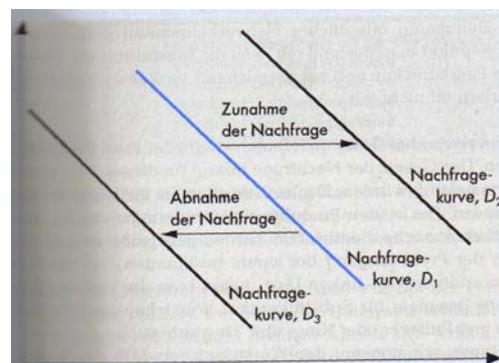
Die Verbindung im Koordinatensystem zwischen Preis und der Nachfragemenge. Eine fallende, also mit negativem Steigungsfaktor, Kurve.

Marktnachfrage:

Die Summe der individuellen Nachfragemenge aller am Markt beteiligten Käufer.

4.5. Verschiebung der Nachfragekurve

Wenn der Preis konstant ist, jedoch durch einen anderen Einflussfaktor die Nachfrage steigt, bewegt sich die Nachfragekurve in Mengenrichtung. Das Gegenteil passiert, wenn durch äussere Einflüsse das Gut unattraktiv wird.



4.5.1. Einflussfaktor: Einkommen

Normales Gut:

Wenn das Einkommen abnimmt, sinkt auch die Nachfrage des Guts.

Inferiores Gut:

Die Nachfrage sinkt, wenn das Einkommen steigt (z.B. Eisenbahn zu Privatwagen).

4.5.2. Einflussfaktor: Preise verwandter Güter

Die Preisänderung eines Gutes wirkt sich auf verwandte Güter aus.

Substitute:

Wenn der Preisrückgang eines Gutes, bei einem verwandten Gut zum Nachfragerückgang führt, handelt es sich um substitutive Güter. (Z.B. Hotdog und Hamburger)

Komplemente:

Der Preisrückgang eines Gutes bedeutet nicht nur für dieses Gut sondern auch für ein verwandtes Gut ohne Veränderung ein Anstieg der Nachfrage, da beide Güter kombiniert werden.

4.5.3. Einflussfaktor: Geschmack und Vorlieben

Diese Faktoren sind abhängig von unseren psychischen Einstellung und unserer historisch erworbenen Gewohnheiten.

4.5.4. Einflussfaktor: Erwartungen

Unsere Erwartungen von der Zukunft die unsere Pläne beeinflussen und unser Konsumverhalten steuern.

4.5.5. Einflussfaktor: Anzahl der Käufer

Zusätzliche Käufer steigern die Nachfrage.

4.6. Die Angebotskurve: Die Beziehung zwischen Preis und Angebotsmenge

Angebotsmenge:

Die Menge eines Gutes, die die Verkäufer verkaufen wollen und können.

Gesetz des Angebots:

Die Angebotsmenge steigt wenn sich der Preis erhöht. Im Gegenzug fällt das Angebot sobald der Preis tief ist. Die Angebotsmenge ist positiv abhängig vom Preis.

Angebotskurve:

Die grafische Darstellung von Angebotsmenge und Preis. Die Angebotskurve ist ein steigender Graph, da mit steigendem Preis die Angebotsmenge steigt.

Marktangebot:

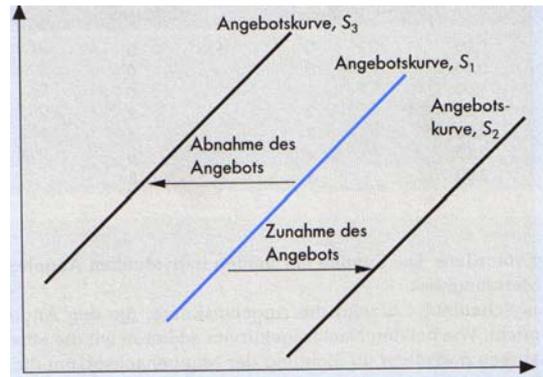
Die Summe der Angebotsmenge aller Verkäufer eines Gutes.

Marktangebotskurve:

Dieser Graph zeigt das Verhältnis zwischen dem Marktangebot und dem Preis.

4.7. Verschiebung der Angebotskurve

Die Angebotskurve verschiebt sich aufgrund bestimmter Einflussfaktoren. Ein Angebotsanstieg ist zu verzeichnen, wenn sich der äussere Einfluss positiv auf die Angebotsmenge auswirkt. Andererseits haben negative Aspekte eine Verschiebung der Kurve nach rechts und somit einen Rückgang der Angebotsmenge zur Folge.



4.7.1. Einflussfaktor: Inputpreise

Der Preis zur Herstellung des Guts ist damit gemeint. Je nach Veränderung steigt oder fällt das Angebot. Es besteht eine negative Abhängigkeit zwischen der Angebotsmenge und den Inputpreisen.

4.7.2. Einflussfaktor: Technologie

Fortschritte in der Technologie senken die Inputpreise und vergrössern somit die Angebotsmenge.

4.7.3. Einflussfaktor: Erwartungen

Je nach Einstellung des Verkäufers zur Zukunft verändert sich das Angebot. Z.B. wenn er einen Preisanstieg bei den Herstellungskosten vermutet, wird er sein Angebot reduzieren.

4.7.4. Einflussfaktor: Anzahl der Verkäufer

Die Anzahl Verkäufer bestimmt die Grösse der Angebotsmenge.

4.8. Angebot und Nachfrage zusammen

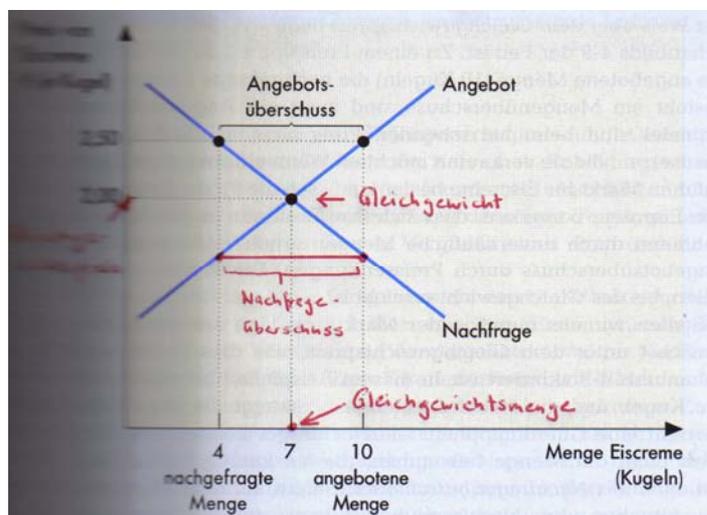
4.8.1. Gleichgewicht

Marktgleichgewicht:

Dieser Zustand tritt ein wenn sich Nachfrage und Angebot übereinstimmen.

Marktgleichgewichtspreis:

Der Preis bei dem Nachfrage und Angebot übereinstimmen. Eine andere Bezeichnung ist der Markträumungspreis. Bei diesem Preis ist der Markt geräumt, weil Käufer und Verkäufer mit dem Preis einverstanden sind.



Marktgleichgewichtsmenge:

Die Menge eines Gutes die beim Marktgleichgewichtspreis gekauft bzw. verkauft wird.

Angebotsüberschuss:

Die Angebotsmenge wird, weil der Preis zu hoch ist, nicht vollständig gekauft. Um das Gleichgewicht zu erhalten muss der Preis gesenkt werden.

Nachfrageüberschuss:

Das Gut ist in zu geringer Menge erhältlich. Käufer, die das Gut kaufen wollen, müssen verzichten, da es ausverkauft ist. Durch Preiserhöhung kann die gleiche Menge mit höherem Gewinn verkauft werden. Das Gleichgewicht ist so wieder hergestellt.

Wie schnell sich der Überschuss zum Gleichgewicht wendet ist von Gut zu Gut unterschiedlich.

Gesetz von Angebot und Nachfrage:

Der Preis eines Gutes passt sich Angebot und Nachfrage so an, damit es eine Übereinstimmung der beiden gibt.

4.8.2. Drei Schritte der Analyse von Gleichgewichtsänderungen

Komparativ-statische Analyse:

Die Untersuchung des Marktgleichgewichtes. Dabei wird das alte mit dem neuen Gleichgewicht verglichen.

1. Schritt:

Hat das Ereignis eine Verschiebung der Angebots- oder Nachfragekurve, oder beider die Verschiebung beider Kurven zur Folge?

2. Schritt:

In welche Richtung, links oder rechts, findet die Verschiebung statt?

3. Schritt:

Wie verändern sich die Gleichgewichtsmenge und der Gleichgewichtspreis?

4.8.2. Verschiebung von Kurven und Bewegungen auf Kurven

Anstieg der Angebotsmenge:

Die angebotene Menge eines Gutes steigt ohne eine Veränderung des Angebots.

Angebot und Nachfrage bestimmen die Preise der Waren und Dienstleistungen und somit die Verteilung der knappen Ressourcen einer Volkswirtschaft.

5. Elastizität und Ihre Anwendungen

5.1. Elastizität und Nachfrage

Elastizität:

Mit Elastizität misst man die Reaktion der Nach- oder Angebotsmenge auf eine Veränderung der Einflüsse.

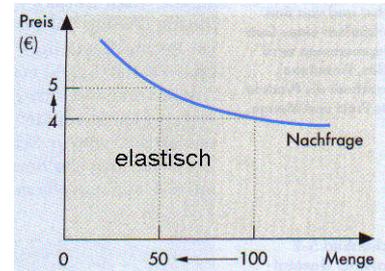
5.2. Die Preiselastizität der Nachfrage und ihre Bestimmungsgründe

Preiselastizität der Nachfrage:

Diese Elastizität misst die Reaktion der Nachfragemenge bei einer Preisänderung.

Elastisch:

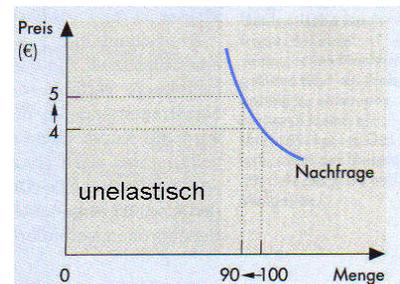
Ein Markt bezeichnet man als elastisch wenn bereits durch kleine Preisänderungen eine grosse Veränderung der Nachfragemenge entsteht.



Unelastisch:

Das Gegenteil von elastisch. Die nachgefragte Menge des Gutes verändert sich nicht merklich auch bei starken Preisänderungen.

Die Nachfrage eines Gutes ist abhängig von den Konsumentenwünschen. Diese werden durch ökonomische, soziale und psychische Aspekte geformt.



5.2.1. Bestimmungsgrund der Preiselastizität: Erhältlichkeit der Substitute

Je mehr substitutive Güter vorhanden sind, je grösser die Preiselastizität, da der Konsument schnell ein anderes Gut bevorzugt, sobald dieses günstiger ist. Bestehen fast oder gar keine Substitute so ist der Markt sehr unelastisch.

5.2.2. Bestimmungsgrund der Preiselastizität: Lebensnotwendig oder Luxus

Die Preiselastizität bei lebensnotwendigen Gütern ist unelastisch, da auch bei ansteigendem Preis die Nachfrage kaum sinkt, da viele darauf angewiesen sind und gezwungen sind den Preis zu bezahlen. Fällt der Preis von Luxusgütern so ist mit einem starken Anstieg der Nachfrage zu rechnen, daher besteht dort die Preiselastizität. Was lebensnotwendig und was Luxus ist, bestimmen allerdings die Wünsche der Konsumenten.

5.2.3. Bestimmungsgrund der Preiselastizität: Marktabgrenzung

In einem eng definierten Markt besteht eine hohe Preiselastizität. Sobald der Markt breit abgegrenzt ist die Nachfrage unelastisch.

5.2.4. Bestimmungsgrund der Preiselastizität: Zeithorizont

Je grösser die Zeit der Bemessung je elastischer die Nachfrage. Bei vielen Märkten ist die Preiselastizität nicht unmittelbar nach der Preisänderung feststellbar.

5.3. Zur Berechnung der Preiselastizität der Nachfrage

$$\text{PEN} = \frac{\text{Prozentuale Mengenänderung}}{\text{Prozentuale Preisänderung}} = \frac{-20\%}{10\%} = -2$$

Wie oben dargestellt, lässt sich die Preiselastizität der Nachfrage (PEN) mathematisch berechnen. Für das Beispiel wurden folgende Annahmen gemacht:

Preis des Gutes erhöht sich von CHF 2.00 auf CHF 2.20. Dies entspricht einer prozentualen Preisänderung von 10%. Die Nachfragemenge verringert sich 10 auf 8. Dies entspricht einer prozentualen Mengenänderung von minus 20%.

In diesem Beispiel bedeutet 1% Preissteigerung 2% Mengenänderung.

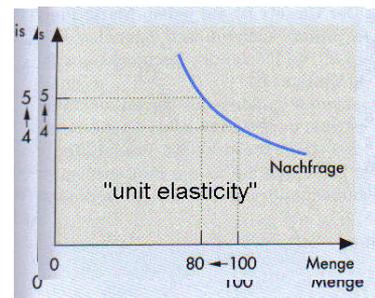
5.4. Die Vielfalt der Nachfragekurven.

Ist die Preiselastizität der Nachfrage gemäss der erwähnten Formel, abgesehen vom Negativzeichen, grösser als 1 so ist sie elastisch. Ist die erhaltene Zahl kleiner als 1 so ist die Nachfragemenge unelastisch.

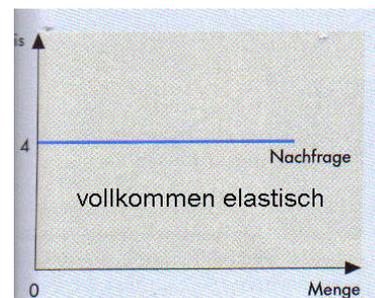
„unit elasticity“ oder Einheitselastizität

Die Preiselastizität der Nachfrage ist gleich 1.

Eine Preiselastizität von 0 ist somit der Extremfall der unelastischen Nachfragemenge. Die andere Ausnahme besteht wenn die Menge bei gleich bleibendem Preis ins unendliche steigt.



Je flacher die Kurve der Preiselastizität der Nachfrage, je grösser die Elastizität. Im Gegenzug wird die Nachfragemenge unelastisch wenn die Kurve steiler wird.



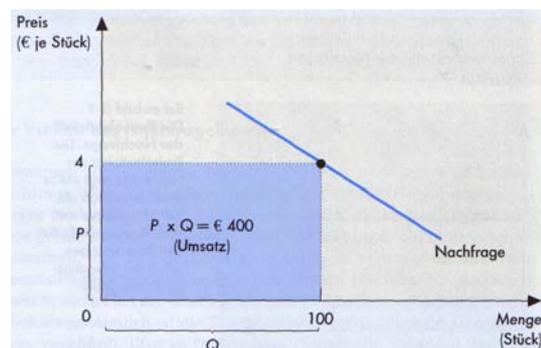
5.5. Umsatz und Preiselastizität der Nachfrage

Umsatz:

Die gesamten Ausgaben der Käufer für ein Gut bzw. die Gesamtheit der Einnahmen der Verkäufer für ein Gut. Mathematisch ausgedrückt P (Preis) multipliziert mit Q (Menge) ergibt den Umsatz.

Auch hier zeigen die Umsatzveränderungen eine elastische oder unelastische Nachfrage. Sobald der Umsatz infolge der Preisänderung steigt ist die Nachfragemenge unelastisch. Sinkt jedoch der Umsatz, so handelt es sich um Elastizität.

Quintessenz bezüglich des Umsatzes ist, dass wenn die Preiselastizität der



Nachfrage kleiner als 1 ist, steigt der Umsatz mit der Preiserhöhung und verringert sich bei dessen Senkung. Ist die nachgefragte Menge elastisch so sinkt der Umsatz bei Preiserhöhung, oder vergrößert sich bei Preissenkung. Ist die Preiselastizität der Nachfrage als „unit elasticity“ zu bezeichnen so verändern Preisänderungen den Umsatz nicht.

Die Formel der Preiselastizität lässt sich auch wie folgt darstellen:

$$PEN = 2 \frac{P}{Q}$$

Isoelastische Kurve:

Neben den uns bekannten Kurven mit konstanter Steigung und variabler Elastizität gibt es auch Kurven, die eine variable Steigung, jedoch eine konstante Elastizität besitzen. Man nennt diese Kurven isoelastisch.

Um in der Praxis die Elastizität abschätzen zu können, bezieht man sich auf die Forschung von Statistikern.

5.6. Die Einkommenselastizität der Nachfrage

Einkommenselastizität der Nachfrage:

Hier wird untersucht wie sich die Veränderung des Einkommens auf die nachgefragte Menge auswirkt. Es gilt folgende Formel:

$$PEN = \frac{\text{Prozentsatz der Nachfrageänderung}}{\text{Prozentsatz der Einkommensänderung}}$$

Es besteht eine positive Einkommenselastizität bei normalen Gütern, weil trotz starker Einkommensänderungen die Nachfrage nur in geringem Masse sich verändert. Bei inferioren Gütern ist diese Elastizität negativ, da sich eine Einkommensänderung eine Veränderung der Nachfragemenge in entgegen gesetzter Richtung zur Folge hat. Bei den normalen Gütern ist die Höhe der Elastizität sehr verschieden, da lebensnotwendige Güter wie auch Luxusgüter darunter fallen.

5.7. Kreuzpreiselastizität der Nachfrage

Kreuzpreiselastizität:

Die Preisänderung eines Gutes hat eine Wirkung auf die Nachfragemenge der Substitute und Komplemente. Die Veränderung drückt man mit der Kreuzpreiselastizität (KPEN) aus und wird wie folgt berechnet:

$$KPEN = \frac{\text{Prozentuale Mengenänderung von Gut Nr. 1}}{\text{Prozentuale Preisänderung von Gut Nr. 2}}$$

Das Resultat fällt positiv aus, wenn man zwei Substitute vergleicht. Bei Komplementen ist die Kreuzpreiselastizität negativ. Vergleicht man zwei völlig unabhängige Güter, so fällt das Resultat 0. So lässt sich die Marktgrenze eindeutig nachweisen.

5.8. Die Preiselastizität des Angebots

Preiselastizität des Angebots:

Mit dieser Elastizität wird ausgedrückt, wie sich die Preisänderung auf die Grösse der Angebotsmenge auswirkt. Vergrössert sich das Angebot mit der Zunahme des Preises, so spricht man von Elastizität. Wirkt sich die Preiserhöhung nicht relevant auf die Angebotsmenge aus so ist der Markt unelastisch.

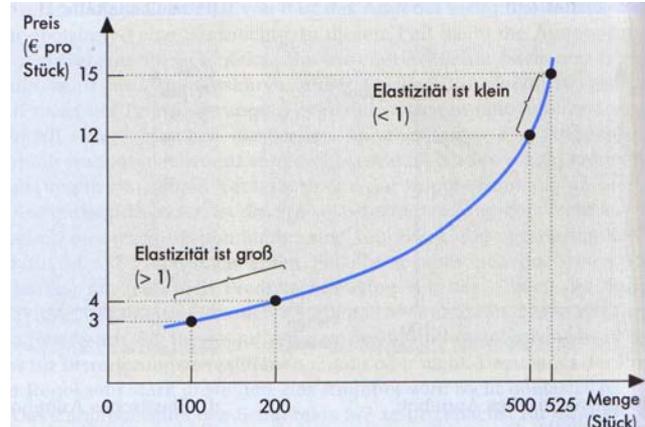
Wenn die Unternehmung in Bezug auf die Vergrößerung der Angebotsmenge flexibel ist, ist der Markt elastisch. Ist der Betrieb allerdings eingeschränkt in der Angebotsmenge ist der Markt unelastisch. Kurzfristig betrachtete Preisänderungen sind selten elastisch, da die Unternehmungen meist ihre Zeit benötigen um die Angebotsmenge zu steigern. Daher müssen Untersuchung zur Preiselastizität des Angebots immer langfristig beurteilt werden.

5.9. Berechnung der Preiselastizität des Angebots

$$PEA = \frac{\text{Prozentuale Änderung der Angebotsmenge}}{\text{Prozentuale Preisänderung}}$$

5.10. Die Vielfalt der Angebotskurven

Die Angebotskurven verlaufen nicht immer konstant. Bei manchen Kurven lässt sich genau interpretieren wo die Kapazitätsgrenze eines Verkäufers ist. Nämlich dort wo die Kurve steiler wird und unelastisch.



6. Angebot, Nachfrage und wirtschaftspolitische Massnahmen

6.1. Preiskontrollen

Verbände der Käufer und Verkäufer versuchen über die Politik die Legislative zur Erhebung von Mindest- und Höchstpreisen zu bewegen.

Höchstpreis (price ceiling)

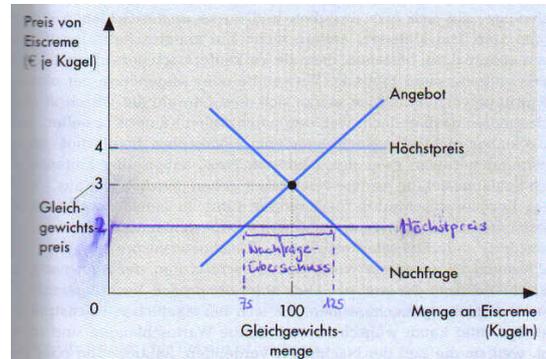
Setzen sich die Käufer in der politischen Debatte durch so werden Höchstpreise gesetzt. Der so genannte Maximalpreis.

Mindestpreis (price floor)

Setzen sich die Verkäufer in der politischen Debatte durch so werden Mindestpreise gesetzt. Der so genannte Minimalpreis.

6.2. Wie Höchstpreise die Marktergebnisse verändern

Liegt der Höchstpreis über dem Marktpreis so ist diese Preisfestsetzung wirkungslos. Befindet sich der Höchstpreis allerdings unter dem Marktpreis wird der Höchstpreis auch zum Marktpreis. Allerdings entsteht dadurch ein Nachfrageüberschuss. Manche Käufer, die über die nötige Zahlungsbereitschaft verfügen, werden leer ausgehen.



In Fällen des „zu tiefen“ Höchstpreises wird das Gut rationiert. Von nun an sind gute Beziehungen und schnelles Handeln zusätzliche Faktoren zur Verteilung der knappen Ressource. In einem freien Markt findet die Rationierung nur über den Preis bzw. die Zahlungsbereitschaft statt. Dies ist effizient, weil kein Schlangestehen entsteht, und unpersönlich, weil kein „Vitamin B“ nötig ist.

6.3. Wie Mindestpreise die Marktergebnisse verändern

Liegt der Mindestpreis unter dem Marktpreis so hat die gesetzliche Massnahme keine Wirkung. Kommt der Mindestpreis über dem Marktpreis zu liegen entsteht eine wirksame Marktbeschränkung. Die negativen Folgen sind der Angebotsüberschuss und unerwünschte Rationalisierungsmechanismen wie bei wirksamen Höchstpreisen.

6.4. Zur Bewertung von Preiskontrollen

Die gesetzliche Festlegung von Mindest- und Höchstpreisen sind folglich schlechte Massnahmen, weil sie meist die Situation verschlimmern. So haben Höchstmietpreise langfristig eine tiefere Qualität der Wohnungen und einen steigenden Nachfrageüberschuss zur Folge. Ebenfalls führen Mindestlöhne zur Arbeitslosigkeit. Mittels staatlicher Subventionen und Steuern sollten die Ziele besser erreicht werden, jedoch sind auch diese Massnahmen nicht ohne Nachteile.

6.5. Steuern

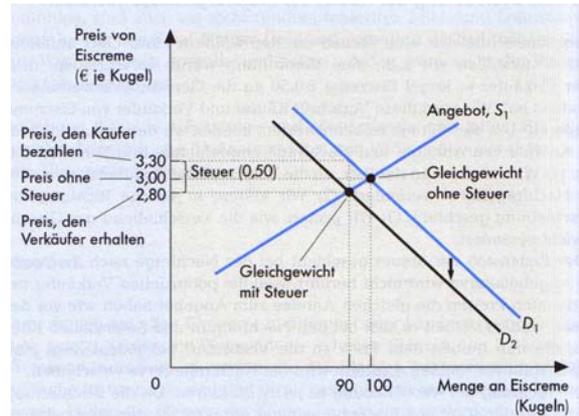
Steuerinzidenz:

Wer bezahlt die erhobene Steuer.

6.6. Wie eine Besteuerung der Käufer die Marktergebnisse verändert

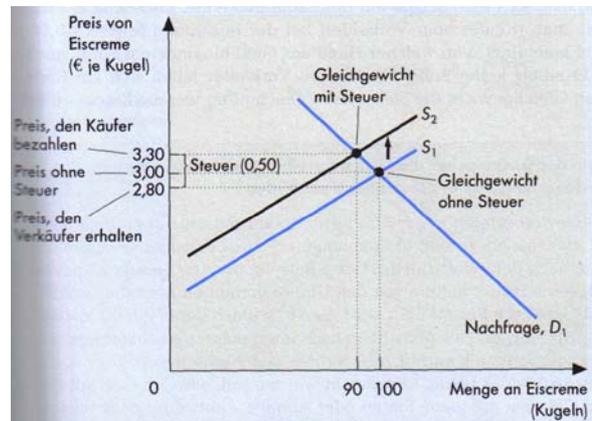
Muss der Käufer beim Kauf zusätzlich eine Steuer bezahlen, verschiebt sich die Nachfragekurve nach unten. Die Verkäufer erhalten weniger für das angebotene Gut, was ein Rückgang der angebotenen Menge zur Folge hat. Der tatsächliche Preis (inklusive Steuern) wird steigen. Die Steuer ist in einem Diagramm leicht abzulesen. Sie berechnet aus der Differenz zwischen dem Preis, den der Käufer bezahlt und dem Preis, den der Verkäufer erhält. Die Massnahme hat somit durch den tieferen Preis und

die kleinere Angebotsmenge ein verringertes Marktvolumen zur Folge. Die Käufer werden die Menge nachfragen zu der der Preis um die Steuer tiefer ist.



6.7. Wie eine Besteuerung der Verkäufer die Marktergebnisse verändert

Hat der Verkäufer die Steuer abzuliefern, reagiert der Markt genau gleich wie wenn der Käufer die Steuer zu entrichten hat. Die Steuer wird auch hier schlussendlich von beiden Parteien getragen. In diesem Fall bieten die Verkäufer die Menge des Marktpreises abzüglich der Steuer an.



6.8. Elastizität und Steuerinzidenz

Die Steuer wird allerdings nur selten auf beide Parteien gleich stark aufgeteilt. Wer mehr von der Steuer trägt, setzt die Elastizität fest. Die unelastischere Kurve bezahlt mehr Steuern, da sie über weniger Alternativen verfügt. Einfacher gesagt, bezahlt die Partei mehr Steuern die weniger stark auf Preisänderungen reagiert.

Die Volkswirtschaft wird neben dem Gesetz von Angebot und Nachfrage auch durch staatliche Gesetze bestimmt. Um die Wirkung der staatlichen Gesetze überprüfen zu können, ist Angebot und Nachfrage ein nützliches Werkzeug.

7. Konsumenten, Produzenten und die Effizienz von Märkten

Wohlfahrtsökonomik:

Die Lehre davon wie die Zuordnung der knappen Ressourcen zu alternativen Verwendungszwecken (Allokation) die Wohlfahrt einer Gesellschaft beeinflusst.

Wir haben in den vergangenen Kapiteln festgestellt, dass der Nutzen und die Vorteile für beide Parteien am Marktgleichgewicht am stärksten überwiegen.

7.1. Zahlungsbereitschaft

Zahlungsbereitschaft:

Die vom Käufer gesetzte Limite des Preises. Sie setzt fest zu welchem Höchstpreis er das Gut noch kauft. Mit dieser Grenze bewertet der Käufer das Gut. Befindet sich der Preis über der Zahlungsbereitschaft so steigt der Käufer aus.

Man bezeichnet den Käufer als indifferent, wenn er das Gut zum Preis, der seiner Zahlungsbereitschaft entspricht kauft.

Konsumentenrente:

Zahlungsbereitschaft minus den effektiv bezahlten Preis.

7.2. Messung der Konsumentenrente mit der Nachfragekurve

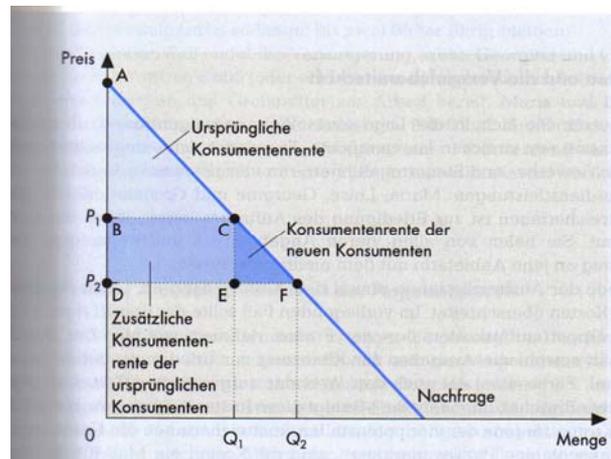
In einem Diagramm ausgedrückt, finden wir die Konsumentenrente zwischen der Nachfragekurve und dem Marktgleichgewichtspreis.

7.2. Wie ein niedrigerer Preis die Konsumentenrente erhöht

Sinkt der Preis, so steigt die Konsumentenrente des Marktes um den Preisrückgang. Die nachgefragte Menge steigt, da weitere Käufer dazu stossen.

7.3. Was wird mit der Konsumentenrente gemessen?

Die Konsumentenrente zeigt in den meisten Fällen auch die ökonomisch Wohlfahrt. Voraussetzung ist, dass die Käufer sich rational verhalten und ihre Vorzüge respektiert werden. In einem Markt, wo eine Abhängigkeit besteht, kann die Konsumentenrente nicht zur Messung der Wohlfahrt dienen (z.B. Markt für Heroin).



7.4. Kosten und die Verkaufsbereitschaft

Kosten:

Die Kosten zeigen die Verkaufsbereitschaft des Verkäufers. Sobald der Preis über den Kosten liegt wird der Verkäufer an dem Geschäft interessiert sein.

Folglich wird der Anbieter mit den niedrigsten Kosten das Rennen machen.

Produzentenrente:

Verkaufspreis minus Kosten. Die Differenz zeigt den Nutzen, den der Verkäufer aus dem Geschäft zieht.

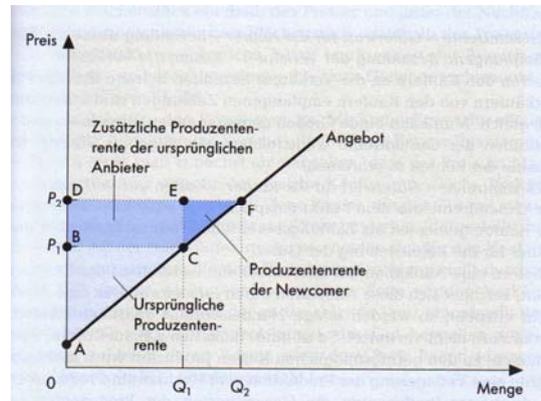
7.5. Messung der Produzentenrente mit der Angebotskurve

Als Grenzanbieter bezeichnet man den Verkäufer, dessen Kosten gleich dem Marktpreis sind. Er ist indifferent. Fällt der Preis, so wird er als erster den Markt verlassen.

Zieht man die Angebotskurve zu Hilfe, so lässt sich die Produzentenrente aus der Differenz zwischen dem Preis und der Angebotskurve ablesen.

7.6. Wie ein höherer Preis die Produzentenrente steigert

Bei einer Preissteigerung, steigt die Produzentenrente um die Preiserhöhung. Es vergrößert sich auch die angebotene Menge, da neue Produzenten dazu stossen.



7.7. Der wohlmeinende gesellschaftliche Planer

Gesamtrente:

Die Summe der Konsumenten- und Produzentenrente. Ein Mass der Wohlfahrt. Vereinfacht ausgedrückt entspricht die Gesamtrente der Differenz zwischen Zahlungsbereitschaft und Kosten.

Effizienz:

Die Handelsvorteile zwischen Käufer und Verkäufer werden maximiert.

Ineffizient ist der Markt wenn z.B. der Verkäufer nicht zu den tiefstmöglichen Kosten anbietet oder die Wertschätzung des Käufers zu gering ist.

Gerechtigkeit:

Die Fairness zwischen Käufer und Verkäufer bei der Aufteilung der Wohlfahrt.

Ist der Markt gleich einem Kuchen so beschäftigt sich die Effizienz mit der Grösse des Kuchens. Die Gerechtigkeit befasst sich dagegen mit der Aufteilung des Kuchens. Effizienz lässt sich mit positiven Aussagen bewerten. Gerechtigkeit, ist allerdings nicht teil der Ökonomik, da sie auf normativen Aussagen beruht.

7.8. Bewertung des Marktgleichgewichts

1. Das Güterangebot eines freien Marktes wird den Käufern mit der höchsten Zahlungsbereitschaft zugeteilt.
2. Die Güternachfrage eines freien Marktes wird den Verkäufern mit den tiefsten Kosten zugeteilt.
3. Der freie Markt bestimmt die Gütermenge, die die Gesamtrente erzielt.

Ein äusseres Eingreifen ist somit unnötig, da der freie Markt selbst die Gesamtrente erreicht. Allerdings hat der freie Markt gewisse Voraussetzungen:

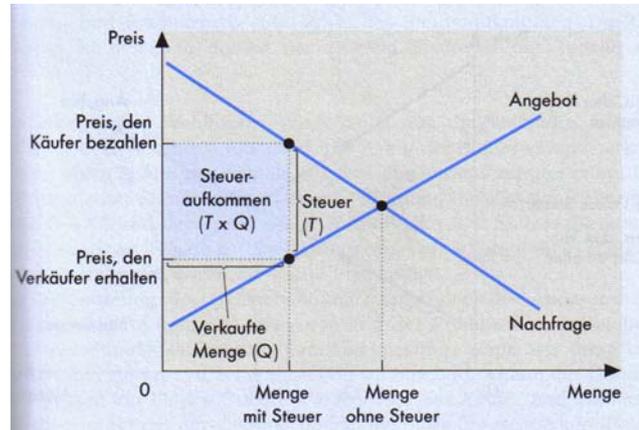
- Vollständige Konkurrenz, d. h. niemand kann den Preis alleine beeinflussen.
- Es gibt keinerlei Externalitäten, so genannte Nebenwirkungen für Unbeteiligte.

Mikroökonomen befassen sich mit dem Phänomen des Marktversagens. Sie versuchen zu erörtern, welche Massnahmen einen freien Markt herstellen würden.

8. Anwendung: Die Kosten der Besteuerung

8.1. Wie eine Steuer die Marktteilnehmer tangiert

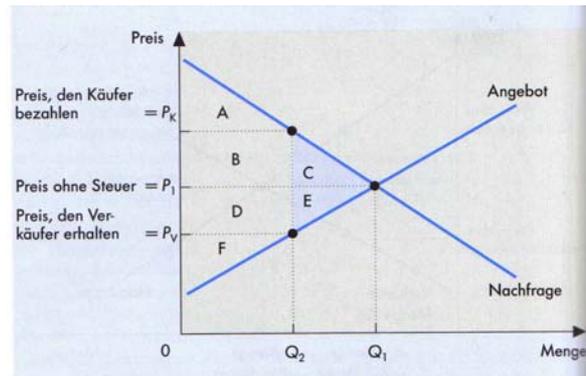
Das Steueraufkommen berechnet sich aus T multipliziert mit Q der nebenstehenden Darstellung. Steuern fließen nicht dem Staat zu, sondern den Personen für die das Geld ausgegeben wird.



8.2. Wohlfahrt mit Besteuerung

Mit Einführung der Steuer beträgt;

- Die Konsumentenrente nicht mehr die Summe von A, B und C, sondern nur noch die Fläche von A.
- Die Produzentenrente nicht mehr die Summe von D, E und F sondern nur noch die Fläche von F.
- Das Steueraufkommen berechnet sich aus der Summe von B und D.



Dies hat zur Folge, dass die Gesamtrente (Konsumenten- und Produzentenrente und Steueraufkommen) auf die Fläche von A, B, D und F schrumpft.

8.3. Veränderungen der Wohlfahrt

Gewinner im vorhergehenden Schaubild ist natürlich der Staat. Käufer und Verkäufer sind die klaren Verlierer. Durch Einführung der Steuer hat sich die Wohlfahrt um die Flächen C und E verringert. Der Verlust von Käufer und Verkäufer sind höher als die staatlichen Einnahmen.

Nettowohlfahrtsverlust:

Wenn die Gesamtrente durch die Einführung einer Steuer vermindert wird.

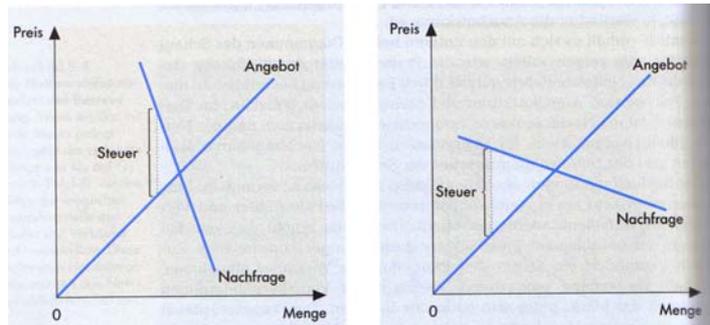
Käufer und Verkäufer reagieren auf den neuen Anreiz, die Steuer, (Regel 1 der Volkswirtschaft) mit einer Verringerung der Nachfrage und des Angebots. Die Zuteilung der Ressourcen wird ineffizient.

8.4. Nettowohlfahrtsverluste und die Handelsvorteile

Ist die eingeführte Steuer höher als die Gesamtrente von einem einzelnen Verkäufer und Käufer, so wird zwischen diesen beiden Personen kein Geschäft mehr zustande kommen. Die Steuern ergeben einen Nettowohlfahrtsverlust. Dieser berechnet sich aus dem Umfang der Handelsvorteile, die nicht mehr verwirklicht werden können (Fläche C und E).

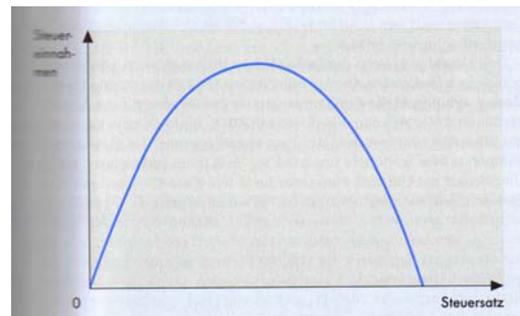
8.5. Die Bestimmung des Nettowohlfahrtsverlusts

Wie gross der Nettowohlfahrtsverlust ist bestimmt die Elastizität des Marktes. Je elastischer der Markt, je grösser der Nettowohlfahrtsverlust.



8.6. Nettowohlfahrtsverlust und Steueraufkommen bei variierendem Steuersatz

Je grösser die Steuer, je grösser der Nettowohlfahrtsverlust. Das Steueraufkommen steigt anfangs je nach seiner Grösse, jedoch ab einem gewissen Punkt sinken die Einnahmen trotz der steigenden Steuer. Schlussendlich ist die Steuer so gross, dass es keine Einnahmen mehr gibt und der Markt zum Erliegen kommt. Dies geschieht bei so genannten Prohibitivpreisen. Die unten abgebildete „Luffer-Kurve“ zeigt wie sich die Steuereinnahmen entwickeln. Dieses Modell kann aber nicht in allen Märkten gleich angewendet werden. Je elastischer Angebot- und Nachfrage, je besser passt das von Luffer entwickelte Modell.



9. Anwendung: Zwischenstaatlicher Handel

9.1. Weltmarktpreis und komparative Vorteile

Weltmarktpreis:

Der auf dem Weltmarkt vorherrschende Preis.

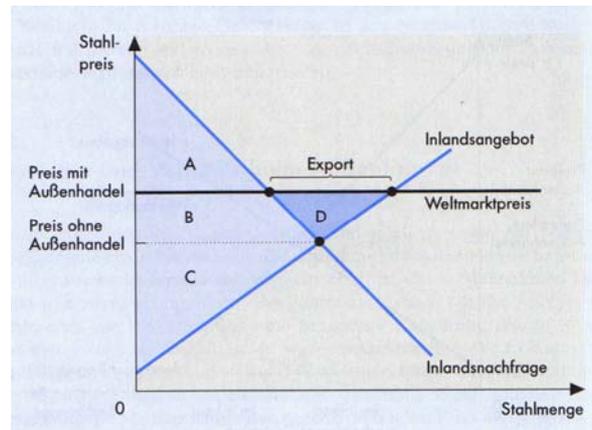
Ob ein Land ein Gut aus dem Ausland importiert oder exportiert, setzen der inländische Preis und der Weltmarktpreis fest. Liegt der Inlandspreis unter dem Weltmarktpreis so wird das Land Güter exportieren. In diesem Fall besitzt dieser Staat einen komparativen Vorteil, da es im internationalen Vergleich am kostengünstigsten ist und sich daher spezialisiert. Ist der Weltmarktpreis jedoch tiefer als der Inlandspreis, so werden die Käufer des Inlands das Gut aus dem Ausland importieren. In diesem Fall besteht ein komparativer Nachteil.

9.2. Gewinner und Verlierer beim Aussenhandel

Ein Land mit kleiner Volkswirtschaft gilt als Mengenanpasser oder Preisnehmer. Das heisst die Handelspolitik dieses Landes hat keinen Einfluss auf den Weltmarktpreis. Die Grösse der Volkswirtschaft hat allerdings keinen Einfluss auf die Vergabe des komparativen Vor- oder Nachteils.

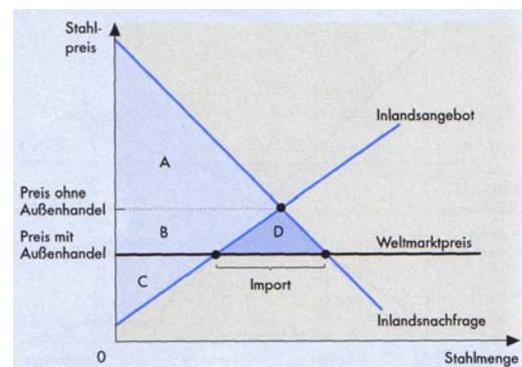
9.3. Gewinne und Verluste eines Exportlandes

Gibt ein Land ein Gut, bei dem es einen komparativen Vorteil besitzt, zum Handel frei, wird der Inlandspreis zum Weltpreis ansteigen. Profiteure dieses Vorgangs sind die inländischen Verkäufer. Sie können zu einem höheren Preis anbieten. Im Inland wird die Nachfrage zurückgehen, da für die inländischen Käufer der Preis gestiegen ist. Die Produzentenrente vergrössert sich zum einen Teil auf Kosten der Konsumentenrenten. Die Gesamtrente steigt, bedingt durch die Käufer aus dem Ausland, trotzdem. Durch den Handel steigt somit auch die ökonomische Wohlfahrt.



9.4. Gewinne und Verluste eines Importlandes

Bei einem Importland profitieren die Käufer vom Handel. Die Konsumentenrente steigt. Die inländischen Verkäufer werden das Angebot reduzieren. Die Produzentenrente sinkt. Die Gesamtrente steigt aber trotzdem, da das Gut günstiger im Ausland bezogen werden kann. Die ökonomische Wohlfahrt steigt auch in diesem Fall.

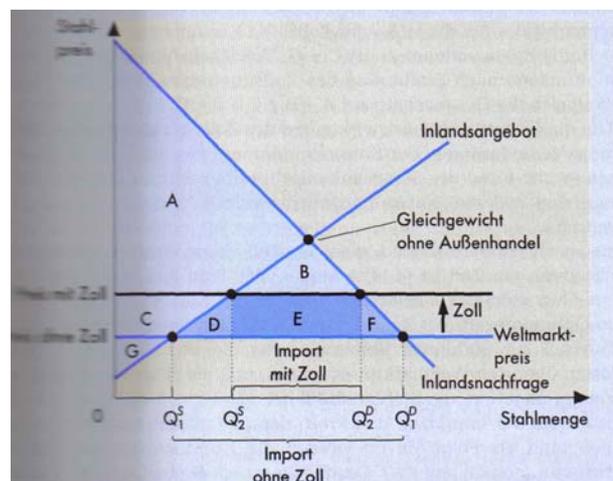


Quintessenz aus diesen Erkenntnissen ist, dass durch Handel die Vorteile der Gewinner höher sind als die Nachteile der Verlierer. Die ökonomische Wohlfahrt steigt in beiden Fällen. Jedoch profitieren die Verlierer selten von den Vorteilen der Gewinner. Es lässt sich deshalb über die Gerechtigkeit des Handels streiten. Der Wohlfahrtskuchen wird grösser. Durch die Freigabe des Handels wird der Kuchen aber auch neu aufgeteilt, was manchen Marktteilnehmer leer ausgehen lässt.

9.5. Die Wirkung eines Importzolls

Zoll

Eine Steuer, die beim Kauf importierter Güter bezahlt werden muss.



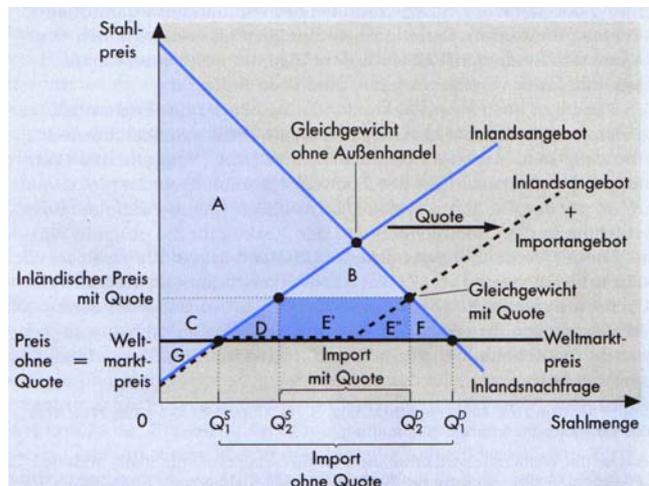
Sobald auf ein Gut ein Importzoll festgelegt wird, wird der Preis dieses Gutes um den Importzoll ansteigen. Dies führt dazu, dass die inländischen Verkäufer mehr produzieren werden und die Käufer weniger importieren werden. Der Preis wird so dem Marktpreis, der ohne Handel bestehen würde angenähert. Durch diese Massnahme steigen die Staatseinnahmen und die Produzentenrente. Jedoch geht die Konsumentenrente zurück. Die Gesamtrente verschlechtert sich ebenfalls. Wir sehen eine Steuer, hier der Zoll, hat einen Nettowohlfahrtsverlust zur Folge.

9.6. Die Wirkungen von Importquoten

Importquote:

Die Menge der importierten Güter ist begrenzt. Es werden so genannte Lizenzen zur Einfuhr ausländischer Güter, die zum Import zu einer bestimmten Menge berechtigen, herausgegeben.

Durch die Einführung der Importquote tritt eine neue Gruppe von Verkäufern in den Markt, nämlich die Lizenznehmer. Sie importieren das Gut zum günstigen Weltmarktpreis und verkaufen die Güter im Inland zu Preisen unter dem Marktgleichgewicht ohne Aussenhandel. Davon profitieren auch die inländischen Verkäufer, da sie nun zum von den Lizenznehmern festgelegten Preis anbieten können. Die Angebotsmenge steigt. Die



Produzenten- und Lizenznehmerrente steigt, die Konsumentenrente vermindert sich wie auch die Gesamtrente. Die Importquote hat somit wie auch Zölle ein Nettowohlfahrtsverlust zum Resultat.

Grundsätzlich haben Importquoten die gleiche Wirkung im Markt wie die Zölle, nämlich den Nettowohlfahrtsverlust. Aus Sicht des Staates sind Zölle interessanter. Sie sorgen wenigstens für Staatseinnahmen. Im Gegenzug könnten die Lizenzen bei Importquoten vom Staat verkauft werden. Diese Massnahme hätte aber den gleichen Charakter wie die Erhebung eines Zolls. Bei den Importquoten ist weiter zu befürchten, dass die Zuteilung nicht unabhängig erfolgt. So könnte es sein, dass gewichtige Steuerzahler eher eine Lizenz erhalten als andere, was wiederum eine verborgene Lizenzgebühr darstellt. Durch dieses Verhalten würde der Nettowohlfahrtsverlust noch höher ausfallen als bei Zöllen.

9.7. Das Beschäftigungsargument

Stellt sich bei einem Land heraus, dass es gewisse Güter importieren würde, falls der Aussenhandel gestattet ist, stellen sich die Verkäufer dieses Gutes gegen den freien Handel. Sie bringen als Argument, dass vermehrte Arbeitslosigkeit, die Folge der Restrukturierungen der Unternehmen, eintreten wird. Die Ökonomen sind sich allerdings einig, dass die Importe andere Länder dazubewegen werden mittels der Verkaufsgewinne ebenfalls Güter zu importieren. Daher werden diese Arbeitslosen in

Branchen wechseln bei denen ein komparativer Vorteil besteht. Die Wohlfahrt würde sich langfristig gesehen verbessern.

9.8. Das Sicherheitsargument

Zum Schutz der inländischen Wirtschaft bringen die Verkäufer ein weiteres Argument. Sie sind der Meinung, dass gewisse Branchen für die Kriegszeiten geschützt werden sollten. Es soll bei diesen Schlüsselindustrien keine Abhängigkeit entstehen, damit man im Falle eines Krieges gewappnet ist. Die Ökonomen sind der Meinung, dass dieses Argument schnell missbraucht wird und jeder Verkäufer sich so darstellt, als ob er für das Land lebenswichtig sei und geschützt werden muss.

9.9. Das Schutzargument

Die Industrie ist der Meinung, dass junge Unternehmen in der Entwicklungsphase, welche mit hohen Kosten verbunden ist, von der ausländischen Konkurrenz geschützt werden sollte. Diese Betriebe hätten sonst keine Chance sich richtig entfalten zu können. Auch bei bestehenden Unternehmen sollten Schutzmassnahmen getroffen werden, wenn diese Mittel und Zeit zur Anpassung an neue Situationen oder die Einführung neuer Güter benötigen. Der Schutz könnte wieder aufgehoben werden, wenn der erwartete Erfolg eintritt.

Erziehungszoll:

Zoll zum Schutz von jungen erfolgsträchtigen Industriezweigen in der Entwicklungsphase.

In den Augen der Ökonomen ist diese Massnahme sehr schwer durchführbar. Es müsste bei jeder Branche geprüft werden, ob ihre Projekte in Zukunft erfolgreich sein werden oder nicht. Kommt hinzu, dass die Schutzmassnahmen nach Einführung schwer wieder rückgängig gemacht werden können. Die Branchen sollten, die Zeit des Verlustes in Kauf nehmen, wenn sie vom Erfolg ihres Projektes überzeugt sind.

9.10. Das Argument vom unfairen Wettbewerb

Wenn freien Handel, dann nur bei international gleichen Regeln, lautet eine weitere Devise der Verkäufer. Dieses Argument ist sinnlos, da die Gewinne der Konsumenten die Verluste der Produzenten immer übertreffen werden, zu welchen Gesetzen auch immer das andere Land Güter produziert.

9.11. Das Argument vom Verhandlungsvorteil

Manche Politiker meinen, man müsse den freien Handel im eigenen Land dazu nützen, andere Staaten auch zum freien Handel zu zwingen. Solche Drohungen sind gefährlich, wenn sie ihr Ziel verfehlen. Das heisst wenn das andere Land nicht die nötigen Massnahmen trifft damit auch ein Export stattfinden kann. Man müsste die Drohung wahr machen, was einen Nettowohlfahrtsverlust zur Folge hätte. Andernfalls würde man an Glaubwürdigkeit verlieren, wenn man von der Drohung Abstand nimmt. (Beispiel: Wir schlagen auf den Stahl, den wir von euch importieren, einen Importzoll, wenn ihr nicht euren Importzoll auf Weizen, den wir günstiger herstellen, aufhebt.)

Führt ein Land den freien Handel einseitig ein, baut es alle Handelsbeschränkungen ab. Ein Land agiert multilateral, wenn es die Handelsbeschränkungen soweit erlässt oder reduziert wie es die anderen Länder auch tun. Multilaterale Massnahmen sind dann am ehesten durchführbar, wenn es sich dabei um mehrere Massnahmen handelt wie das oben genannte Beispiel. Weizenproduzenten würden sich für Stahlproduzenten würden sich gegen den freien Handel einsetzen.