

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Kapitel 1 Ökonomie und Management	15
1.1 Wie Ökonomen denken	15
1.1.1 Das Bestmögliche.....	15
1.1.2 Mikro- und Makroökonomie	17
1.2 Kernbegriffe der Ökonomie	19
1.2.1 Bedürfnisse und Güter	19
1.2.2 Nutzen.....	20
1.2.3 Die Marginalanalyse	21
1.2.4 Opportunitätskosten.....	22
1.2.5 <i>Ceteris paribus</i>	23
1.2.6 Versuch und Irrtum	24
1.3 Das Menschen- und Gesellschaftsbild der Ökonomie	25
1.3.1 <i>Homo Oeconomicus</i>	25
1.3.2 Werturteilsfreiheit.....	26
1.3.3 Die kommunizierenden Röhren	27
1.3.4 Lohn und Strafe	28
1.3.5 Wettbewerb und Auslese	29
1.4 Ökonomie und Management	29
1.4.1 Die Wissenschaft vom Management	29
1.4.2 Nutzen der Ökonomie für das Management.....	30
1.4.3 Das Theorie-Entscheidungs-Gefälle.....	33
1.4.3.1 Modelle.....	33
1.4.3.2 Institutionen.....	34
1.4.3.3 Prognosen.....	34
1.4.4 Etwas Gutes über Modelle	35
1.4.5 <i>Managerial Economics</i>	35
Kontrollfragen.....	37
Kapitel 2 Haushalt, Konsumgüterwahl und Nachfrage	38
2.1 Haushalt und Haushaltseinkommen.....	38
2.2 Das Verbraucher-Gleichgewicht	39
2.2.1 Die allgemeine Lösung	39
2.2.2 Die graphische Lösung	41
2.2.3 Ein Beispiel.....	42

2.2.4	Wofür geben wir unser Geld aus?	45
2.2.5	Perfekte Substitution, Ergänzung, Unteilbarkeit	46
2.3	Kritische Würdigung der Indifferenzanalyse	47
2.3.1	Gewohnheitsverhalten	48
2.3.2	Informationsdefizite	49
2.3.3	Lust an der Vielfalt	49
2.3.4	Simultaneität oder sequentielle Güterwahl	50
2.4	Änderungen in Präferenzen, Einkommen und Güterpreisen	53
2.4.1	Änderungen in den Präferenzen	53
2.4.2	Änderungen im Einkommen	53
2.4.3	Änderungen in den Güterpreisen	54
2.5	Die Konsumnachfrage	55
2.5.1	Der Begriff Nachfragefunktion	55
2.5.2	Die Marktnachfrage	57
2.5.3	Anomal verlaufende Nachfrage	58
2.5.4	Elastizität der Nachfrage	59
2.5.4.1	Direkte Preiselastizität	59
2.5.4.2	Kreuzpreiselastizität	60
2.5.4.3	Einkommenselastizität	61
2.5.5	Die Konsumnachfrage aus unternehmerischer Sicht	62
	Kontrollfragen	64
Kapitel 3	Grundlagen des Angebotsverhaltens	66
3.1	Produktion und Produktionsfaktoren	66
3.1.1	Zur Einführung	66
3.1.2	Der Boden	67
3.1.3	Die Arbeit	68
3.1.4	Das Kapital	69
3.1.5	Unternehmertum und Management	69
3.1.6	Andere Faktoren?	72
3.2	Produktionsfunktionen	73
3.2.1	Zum Begriff »Produktionsfunktionen«	73
3.2.2	Typen von Produktionsfunktionen	74
3.2.2.1	Produktionsfunktionen mit linearen Koeffizienten ..	74
3.2.2.2	Variable Koeffizienten: Das Ertragsgesetz	75
3.2.2.3	Variable Koeffizienten: <i>Cobb-Douglas</i>	75
3.3	Optimaler Faktoreneinsatz	79
3.3.1	Die Minimalkostenkombination	79
3.3.2	Expansion des Unternehmens	82
3.4	Kostenanalyse	84
3.4.1	Kostenbegriffe	84
3.4.2	Kostenfunktionen	85
3.4.3	Ein Beispiel: Das 50. Paar	86

3.5	Das Angebot des Unternehmens	88
3.5.1	Allgemeine Regel	88
3.5.2	Wo gibt es ansteigende Grenzkosten?	90
3.5.3	Wo das Angebot unbestimmt ist.	92
3.6	Das Mehrproduktunternehmen	95
3.6.1	Die Transformationskurve.	95
3.6.2	Optimale Produktionsmengen zweier Güter	97
	Kontrollfragen	98
Kapitel 4	Markt und Preisbildung.	99
4.1	Markt und Marktgleichgewicht	99
4.1.1	Grundbegriffe.	99
4.1.2	Funktionen des Marktpreises	100
4.1.3	Marktversagen	101
4.1.3.1	»Raubbau« an der Natur	101
4.1.3.2	Trittbrettfahren und öffentliche Güter	102
4.1.3.3	Ungleiche Vermögens- und Einkommensverteilung	102
4.1.3.4	Was tun?	103
4.2	Der vollkommene Polypolmarkt	103
4.2.1	Voraussetzungen	103
4.2.2	Gleichgewicht auf dem vollkommenen Polypolmarkt.	104
4.2.2.1	Der Begriff »Marktgleichgewicht«	104
4.2.2.2	Der Grenzanbieter.	105
4.2.2.3	Die Produzentenrente.	106
4.2.2.4	Die Konsumentenrente	106
4.2.3	Verschiebungen des Gleichgewichtes.	106
4.2.4	Verzögerte Angebotsanpassung	108
4.2.5	Auswirkungen externer Größen auf das Marktgleichgewicht	110
4.2.5.1	Der Mindestpreis.	110
4.2.5.2	Der maximale Preis.	110
4.2.5.3	Mengenbegrenzungen	111
4.2.5.4	Indirekte Steuer	111
4.3	Folgen eines Monopols	112
4.3.1	Was ist ein Monopol?	112
4.3.2	Warum gibt es Monopole?	114
4.3.2.1	Interne Effekte	114
4.3.2.2	Externe Effekte.	116
4.3.2.3	Ordnungsmaßnahmen und die Gesetzgebung.	116
4.3.3	Die Lösung des Monopols nach <i>Cournot</i>	117
4.3.4	Das diskriminierende Monopol	119
4.3.5	Die Monopolmacht und die Elastizität der Nachfrage	120
4.3.6	Das Monopson.	121
4.4	Bestreitbare Märkte	123

4.5	Das vollkommene Oligopol	125
4.5.1	Definition eines Oligopols	125
4.5.2	Das Cournot'sche Dyopol	126
	Kontrollfragen	128
Kapitel 5	Strategischer Wettbewerb bei Güterhomogenität	129
5.1	Strategischer Wettbewerb	129
5.1.1	Zum Strategiebegriff	129
5.1.2	Strategie in der Managementlehre	129
5.1.3	Der Strategiebegriff aus Sicht von Mikroökonomie und Spieltheorie	132
5.2	Ein Nash-Gleichgewicht	133
5.3	Preiswettbewerb im vollkommenen Dyopol	136
5.3.1	Ein Bertrand-Dyopol	136
5.3.2	<i>Kinked-Demand-Curve</i> nach Sweezy	137
5.4	Aktiver Mengenwettbewerb	138
5.4.1	Asymmetrisches Dyopol	139
5.4.1.1	Voraussetzungen	139
5.4.1.2	Ein Rechenbeispiel	140
5.4.1.3	Marktführer oder Monopolist?	142
5.4.1.4	Der iterative Fall und der <i>first-mover</i> -Vorteil	142
5.4.2	Unabhängigkeit und Konfliktfall	143
5.4.3	Die Kartellabsprache	146
5.4.4	Kritische Würdigung der vollkommenen Dyopole	147
	Kontrollfragen	151
Kapitel 6	Strategischer Wettbewerb: Wertschöpfung, Werteroberung, Asymmetrien	152
6.1	Unterschiede zum vorigen Kapitel	152
6.2	Transaktionskosten und ihre Folgen	153
6.2.1	Zum Begriff »Transaktionskosten«	153
6.2.2	Wertschöpfung	155
6.3	Werteroberung	156
6.3.1	Marktmacht	156
6.3.2	Ricardianische Rente	157
6.3.3	Thünen'sche Rente	158
6.4	Produktdifferenzierung	161
6.4.1	Zum Begriff »Produktdifferenzierung«	161
6.4.2	Wie findet Produktdifferenzierung statt?	161
6.4.2.1	Werbung	161
6.4.2.2	Innovation und Patentrechte	165
6.4.3	Auswirkungen der Produktdifferenzierung auf Preisstrategien	167

6.4.3.1	Preiswettbewerb bei Produktdifferenzierung	167
6.4.3.2	Preisstrategien bei Netzwerken	168
6.4.3.3	Preisklasse und Markentreue	170
6.4.3.4	Preispolitik in der Krise	171
6.4.4	Antizipation einmal anders: die <i>Maradona</i> -Führerschaft.	173
6.5	Informationsasymmetrien und ihre Folgen	174
6.5.1	Herden-Effekte	175
6.5.2	<i>Adverse Selection</i>	176
6.5.3	<i>Moral Hazard</i>	176
6.5.4	<i>Principal-Agent Case</i>	178
6.5.5	<i>Coase</i> -Theorem	178
	Kontrollfragen	180
Kapitel 7	Planung und Organisation als Wettbewerbsfaktoren	181
7.1	Gegenstand der Analyse	181
7.2	Markt- und produktbezogene Strategische Planung.	182
7.2.1	Zum Begriff »Strategische Planung«.	182
7.2.2	Die Analyse von Potentialen und Lücken am Markt	183
7.2.3	Der Produktlebenszyklus	184
7.2.4	Die Portfolio-Analyse	186
7.2.5	Branchenstrukturanalyse	188
7.3	Erfahrungskurven.	191
7.3.1	Lernkurven-Effekt	192
7.3.2	Die Größendegression	193
7.3.3	Technischer Fortschritt – Managementfortschritt.	193
7.3.4	Eine kritische Würdigung der Erfahrungskurvenlehre	194
7.4	Grundlagen der Organisationsökonomie	195
7.4.1	Der Begriff »Organisation«	195
7.4.2	Multidivisionale Organisation.	196
7.4.3	Zentralisierung vs. Dezentralisierung.	197
7.4.4	Spezialisierung	199
7.4.5	Produkte oder Regionen.	201
7.5	Vertikalintegration und Outsourcing	202
7.5.1	Die Entscheidungsspanne im Einkauf	202
7.5.2	<i>Specialized Investment</i> und Wahlfreiheit.	203
7.5.3	Optimale Bindungsdauer	204
7.5.4	Hersteller und Händler	205
7.6	Waagerechte Integration.	208
	Kontrollfragen	209
Kapitel 8	Ökonomie der Beschäftigung	211
8.1	Die Sicht des Arbeitnehmers	211
8.1.1	Arbeitsangebot und Lohn.	211

8.1.2	Nicht nur der Lohn zählt.....	213
8.1.3	Nominal- und Reallohn.....	214
8.1.4	Die Arbeitsangebotsfunktion.....	215
8.2	Das Beschäftigungsoptimum aus Arbeitgebersicht.....	216
8.2.1	Kurz- und langfristige Entscheidungen.....	216
8.2.2	Die optimale Beschäftigung bei undifferenzierter Arbeitsleistung.....	217
8.2.3	Praktische Probleme mit der Produktivitätstheorie.....	219
8.2.3.1	Substitution oder Komplementarität?.....	219
8.2.3.2	Die Konstanz des Kapitals.....	219
8.2.3.3	Die Faktorenhomogenität.....	220
8.2.3.4	Die Schätzung zukünftiger Wertschöpfung.....	220
8.2.3.5	Angebotsknappheit.....	220
8.2.3.6	Summa summarum.....	221
8.3	Vollkommene und unvollkommene Arbeitsmärkte.....	221
8.3.1	Mindestlohn und Beschäftigung.....	222
8.3.2	Mindestlohn und Wettbewerb.....	223
8.3.3	Regulierungsfrage Tarifabschluss.....	224
8.3.4	Privilegien.....	226
8.3.4.1	Die Altersteilzeit.....	226
8.3.4.2	<i>Advantage Insider</i>	227
8.3.5	Leiharbeit.....	228
8.3.6	Der Ordnungsrahmen: Was vom Lohn übrig bleibt.....	230
8.4	Personalökonomische Fragestellungen.....	231
8.4.1	Kosten und Nutzen einer optimalen Auswahl.....	231
8.4.2	Lernkurven-Effekte, Lohn und Beschäftigung.....	232
8.4.3	Motivationsaspekte.....	234
8.5	Die Entlohnung von Führungskräften.....	235
8.5.1	Das Problem.....	235
8.5.2	Ein <i>closed-shop</i> Modell.....	236
8.5.3	Problemkreis variable Vergütung.....	237
8.5.4	Den Kreis erweitern.....	238
	Kontrollfragen.....	239
Kapitel 9	Kapital und Geld aus mikroökonomischer Sicht.....	241
9.1	Die Begriffe Kapital und Geld.....	241
9.2	Zins, Investieren und Sparen.....	242
9.2.1	Zinsbegriffe.....	242
9.2.1.1	Nominalzins und Realzins.....	242
9.2.1.2	Effektivzinsen.....	242
9.2.1.3	Aktiv- und Passivzinsen.....	243
9.2.2	Das Investitionsverhalten.....	244
9.2.3	Grundlagen des Sparverhaltens.....	246

9.2.3.1	Sparbetrag und Sparquote	246
9.2.3.2	Gegenwarts- und Zukunftsgüter	247
9.2.3.3	Substitutions- und Einkommenseffekt	247
9.2.3.4	Eine mikroökonomische Sparfunktion	249
9.2.3.5	Andere Faktoren	250
9.2.3.6	Anlagestrategie und -kriterien	250
9.2.4	Interdependenz zwischen Kapital- und Gütermarkt	253
9.3	Mikroökonomische Grundlagen der Geldnachfrage	254
9.3.1	Zum Begriff »Geld«	254
9.3.1.1	Relativpreise und Geldpreise	254
9.3.1.2	Nominalwert und Realwert des Geldes	255
9.3.1.3	Geldvermögen, Leistungs- und Finanztransaktionen	255
9.3.1.4	Kosten der Kassenhaltung	256
9.3.2	Zum Bedarf an Geld	256
9.3.2.1	Die Quantitätsrelation	256
9.3.2.2	Kassenhaltung und Preise	257
9.3.2.3	Kassenhaltung, Transaktionsvolumen, Vorsicht	258
9.3.2.4	Kassenhaltung und Umlaufgeschwindigkeit des Geldes	258
9.3.2.5	Die Spekulationskasse	259
9.4	Eine altmodische Kriseninterpretation?	260
	Kontrollfragen	263
	Literaturhinweise	265
	Stichwortverzeichnis	269