

Jochen Schumann

# Grundzüge der mikroökonomischen Theorie

Fünfte, revidierte und erweiterte Auflage

Mit 192 Abbildungen

Springer-Verlag  
Berlin Heidelberg New York  
London Paris Tokyo

# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b> .....	1
Allgemeine Literaturhinweise .....	4
<b>Kapitel I. Theorie des Haushalts</b> .....	7
<i>A. Einführung</i> .....	7
<i>B. Theorie der Haushaltsnachfrage</i> .....	10
1. Die Budget- oder Bilanzgleichung .....	10
2. Kardinale und ordinale Nutzenfunktionen, Indifferenzkurven ..	12
3. Der optimale Verbrauchsplan .....	21
4. Die Nachfrage des Haushalts .....	27
a. Allgemeine Nachfragefunktionen .....	27
b. Spezielle Nachfragefunktionen: Einkommens-Konsum- Kurven (Engelsche Kurven) .....	29
c. Einkommens- und Substitutionseffekt, Giffensches Paradox	33
d. Spezielle Nachfragefunktionen: Preis-Konsum-Kurven .....	35
e. Dualität von Nutzen- und Ausgabenfunktion und Slutsky- Gleichung .....	38
f. Exkurs: Elastizitäten .....	44
g. Aggregation von Nachfragekurven der Haushalte .....	49
5. Ergänzungen .....	51
a. Axiomatische Konstruktion von Indifferenzkurven .....	51
b. Indifferenzkurven für einzelne und mehrere Personen .....	55
c. Die Bedeutung von Gütereigenschaften .....	56
d. Die Bedeutung der Konsumzeit .....	59
e. Nachfrageinterdependenzen .....	61
f. Die Problematik der Konsumentensouveränität und des rationalen Verhaltens .....	67
g. Rationales Verhalten bei Risiko und Unsicherheit .....	70
h. Die Risiko-Nutzenfunktion .....	73
i. Entscheidungen bei unvollständiger Information .....	75

<i>C. Theorie des Haushaltsangebotes</i> .....	78
1. Arbeitsangebot .....	78
a. Höhe des Arbeitsangebotes .....	78
b. Zusammensetzung des Arbeitsangebotes .....	83
2. Kapitalangebot .....	85
<i>D. Intertemporale Haushaltsgleichgewichte</i> .....	87
1. Das intertemporale Nachfragegleichgewicht .....	87
2. Das intertemporale Angebotsgleichgewicht .....	92
<i>Quellenhinweise zu Kapitel I</i> .....	98
<b>Kapitel II. Theorie der Unternehmung</b> .....	99
<i>A. Einführung</i> .....	99
<i>B. Die Produktionsfunktion</i> .....	103
1. Fixe und variable Faktoren .....	104
2. Formulierung der Produktionsfunktion .....	104
3. Ertragskurven und Isoquanten .....	105
4. Homogene, insbesondere linear-homogene Produktions- funktionen .....	114
<i>C. Die Kostenfunktion (bei gegebenen Faktorpreisen)</i> .....	121
1. Kosten und Isokostengleichung .....	121
2. Die Minimalkostenkombination: Geometrische Bestimmung ...	123
3. Die Minimalkostenkombination: Analytische Bestimmung ...	125
4. Der Expansionspfad (Faktoranpassungskurve) .....	127
5. Ableitung der Kostenfunktion .....	127
6. Durchschnittskosten und Grenzkosten .....	132
7. Dualität von Produktions- und Kostenfunktion .....	134
<i>D. Der optimale Produktionsplan (bei gegebenen Preisen für Produkt     und Faktoren)</i> .....	137
1. Bestimmung des Gewinnmaximums .....	137
2. Eigenschaften des optimalen Produktionsplans .....	141
<i>E. Allgemeine und spezielle Angebots- und Nachfragefunktionen</i> ...	143
1. Allgemeine Angebots- und Nachfragefunktionen .....	143
2. Spezielle Angebotsfunktionen .....	144
3. Spezielle Nachfragefunktionen .....	146
<i>F. Kostenkurven, optimaler Produktionsplan, Angebot und Nach-     frage bei linear-homogener Produktionsfunktion</i> .....	149

G. <i>Langfristige Kosten- und langfristige Angebotskurve</i> .....	153
1. Die langfristige Kostenkurve .....	153
2. Langfristige Durchschnitts- und Grenzkostenkurve .....	155
3. Langfristig optimaler Produktionsplan und langfristige Angebotskurve .....	156
4. Alternative Verläufe der langfristigen Kosten- und Angebotskurven .....	157
5. Der Produktionsapparat als variabler Faktor .....	159
H. <i>Aufbau des Produktionsapparates durch Investition</i> .....	160
I. <i>Aggregation von Angebots- und Nachfragekurven der Unternehmungen</i> .....	163
J. <i>Ergänzungen</i> .....	165
1. Externe Produktionseffekte .....	165
2. Die Mehrproduktunternehmung .....	171
<i>Quellenhinweise zu Kapitel II</i> .....	175

**Kapitel III. Vollständige Konkurrenz auf einem Markt oder auf allen Märkten** .....

A. <i>Vollständige Konkurrenz auf dem Markt für ein Gut: Das partielle Konkurrenzgleichgewicht</i> .....	177
1. Marktbeschreibung .....	177
2. Bestimmung von Gleichgewichtspreis und Gleichgewichtsmenge aus gesamtwirtschaftlicher Nachfrage- und Angebotskurve ....	179
a. Die gesamtwirtschaftliche Nachfrage- bzw. Angebotskurve aus der Sicht des einzelnen Marktteilnehmers als Mengenanpasser .....	179
b. Bestimmung von Gleichgewichtspreis und Gleichgewichtsmenge .....	180
c. Spielregeln zum Ablauf eines Marktes mit vollständiger Konkurrenz .....	182
d. Existenz, Eindeutigkeit und Stabilität des partiellen Konkurrenzgleichgewichts .....	183
3. Veränderungen des partiellen Konkurrenzgleichgewichts .....	187
a. Verschiebung von Nachfrage- oder Angebotskurve .....	187
b. Besteuerung von Nachfrage oder Angebot .....	188
c. Staatlich festgesetzter Höchst- oder Mindestpreis .....	189
4. Zeitaspekte des Konkurrenzgleichgewichts .....	190
a. Verzögerte Angebotsanpassung: Das Spinnewebe-Modell ..	190

b. Kassamärkte, Terminmärkte und Spekulation .....	196
5. Langfristiges partielles Konkurrenzgleichgewicht bei freiem Marktzugang .....	199
<b>B. Vollständige Konkurrenz auf allen Märkten:</b>	
<i>Das totale Konkurrenzgleichgewicht</i> .....	203
1. Einführung .....	203
2. Formulierung des Modells .....	205
a. Angebot und Nachfrage der Haushalte .....	205
b. Angebot und Nachfrage der Unternehmungen .....	208
c. Marktgleichgewichtsbedingungen .....	211
d. Das gesamte Modell .....	211
3. Geometrische und wohlfahrtstheoretische Interpretation I: Der Fall des „reinen Tausches“ .....	212
a. Schachteldiagramm und Tauschkurven für die zum Verbrauch bestimmten Güter .....	213
b. Kontraktkurve und Nutzenmöglichkeitenkurve .....	218
c. Die gesellschaftliche Wohlfahrtsfunktion .....	220
4. Geometrische und wohlfahrtstheoretische Interpretation II: Einbeziehung der Produktion .....	223
a. Schachteldiagramm und Tauschkurven für die als Faktoren verwendeten Güter .....	223
b. Kontraktkurve und Produktionsmöglichkeitenkurve .....	225
c. Produktionsmöglichkeitenkurve und Nutzenmöglichkeiten- kurve .....	232
d. Die gesellschaftliche Wohlfahrtsfunktion .....	235
5. Zusammenfassung der Eigenschaften eines totalen Konkurrenz- gleichgewichts .....	236
6. Die Bedeutung externer Effekte .....	238
<i>Quellenhinweise zu Kapitel III</i> .....	240
<b>Kapitel IV. Verschiedene Varianten der unvollständigen Konkurrenz auf dem Markt für ein Gut</b> .....	243
<b>A. Einführung</b> .....	243
<b>B. Monopolmärkte</b> .....	245
1. Marktbeschreibung .....	245
2. Das Angebotsmonopol .....	246
a. Das Problem der Marktabgrenzung .....	246
b. Preis-Absatz-, Erlös- und Grenzerlösfunktion .....	247
c. Der optimale Produktionsplan des Angebotsmonopolisten ..	249

d. Monopolistische Preisdifferenzierung .....	253
e. Langfristiges Gleichgewicht im Angebotsmonopol .....	257
f. Das „natürliche“ Monopol .....	259
3. Das Nachfragemonopol (Monopson) .....	260
4. Das bilaterale Monopol .....	264
a. Problemstellung und Verhaltensweisen .....	264
b. Bilaterales Monopol im Fall des „reinen Tausches“ .....	266
c. Bilaterales Monopol zwischen zwei Unternehmungen .....	269
<i>C. Märkte mit monopolistischer Konkurrenz .....</i>	<i>274</i>
1. Marktbeschreibung .....	274
2. Monopolistische Angebotskonkurrenz .....	275
a. Allgemeine Beschreibung .....	275
b. Der Ansatz Gutenbergs .....	277
c. Der Ansatz Chamberlins .....	280
d. Langfristiges Gleichgewicht bei monopolistischer Angebots- konkurrenz .....	283
3. Monopolistische Nachfragekonkurrenz .....	284
<i>D. Oligopolmärkte .....</i>	<i>289</i>
1. Marktbeschreibung .....	289
2. Das Angebotsoligopol: Mengenfixierung bei homogener Konkurrenz .....	291
a. Das homogene Mengendyopol von Cournot .....	291
b. Das asymmetrische Dyopol von v. Stackelberg .....	297
c. Gemeinsame Gewinnmaximierung .....	299
3. Das Angebotsoligopol: Preisfixierung bei heterogener Konkurrenz .....	300
a. Die geknickte Preis-Absatzkurve .....	300
b. Das heterogene Preisdyopol: Übertragung der Lösungen Cournots und v. Stackelbergs und gemeinsame Gewinn- maximierung .....	302
c. Die Theorie von Krelle .....	308
4. Das Nachfrageoligopol: Preisfixierung bei heterogener Konkurrenz .....	313
<i>E. Kooperation zwischen Anbietern .....</i>	<i>318</i>
1. Einführung .....	318
2. Kartelle .....	319
3. Preisführerschaft .....	323
<i>F. Entstehung, zeitliche Entwicklung von Märkten und     Markteintrittshemmnisse .....</i>	<i>324</i>

1. Einführung .....	324
2. Unternehmer und Innovationen .....	324
3. Die Theorie der Marktphasen (Produkt-Lebenszyklus) .....	325
4. Markteintrittshemmnisse .....	328
<i>Quellenhinweise zu Kapitel IV</i> .....	330
<b>Kapitel V. Theorie der Faktormärkte und der Märkte für erschöpfbare Ressourcen</b> .....	331
<i>A. Einführung</i> .....	331
<i>B. Faktorpreis und Grenzproduktivität</i> .....	332
1. Allgemeine Formulierung der Bedingungen für den optimalen Einsatz variabler Faktoren .....	332
2. Vergleich früher behandelter Fälle .....	334
3. Die Bedeutung gewerkschaftlicher Mindestlohnsatzpolitik .....	337
<i>C. Die Produktionsfaktoren Arbeit, Sachkapital und Boden</i> .....	341
1. Faktorbestände und Faktornutzungen .....	341
2. Faktorbestandspreis, Faktornutzungspreis und Zinssatz .....	342
3. Rentenbestandteile des Faktoreinkommens .....	345
4. Faktorvarianten und Faktormobilität .....	347
5. Sonderprobleme des Arbeitsmarktes .....	350
<i>D. Zur Theorie erschöpfbarer Ressourcen</i> .....	352
1. Definition erschöpfbarer Ressourcen .....	352
2. Zeitliche Verteilung des Abbaus erschöpfbarer Ressourcen als Grundsatzproblem .....	353
3. Die Hotelling-Regel .....	354
4. Zeitliche Verteilung des Abbaus erschöpfbarer Ressourcen bei vollständiger Konkurrenz und Angebotsmonopol .....	358
<i>Quellenhinweise zu Kapitel V</i> .....	363
<b>Kapitel VI. Neuere Entwicklungen in der mikroökonomischen Theorie</b> .....	365
<i>A. Alternative Ansätze zur Theorie der Unternehmung</i> .....	365
1. Einführung .....	365
2. Preissetzung auf der Grundlage von Kostenzuschlägen .....	366
3. Trennung von Eigentum und Management .....	368
4. Alternative Maximierungszielsetzungen .....	370
5. Unternehmensinterne Ineffizienzen .....	373

6. Zielsetzung „Satisfizierung“ und Verhaltenstheorie der Unternehmung .....	373
<i>B. Märkte mit asymmetrischer Informationsverteilung und mit „moralischen Wagnissen“ .....</i>	<i>375</i>
1. Asymmetrische Informationsverteilung .....	375
2. „Moralische Wagnisse“ .....	376
<i>C. „Neue Mikroökonomik“ und Ungleichgewichtstheorie .....</i>	<i>377</i>
1. Einführung .....	377
2. Unvollständige Information und Informationskosten als Grund für nicht-markträumende Preise .....	378
3. Anwendung auf den Arbeitsmarkt: Sucharbeitslosigkeit .....	381
4. „Neue Mikroökonomik“ – eine Ungleichgewichtstheorie? ....	384
5. Mikroökonomische Grundlagen keynesianischer Ungleichgewichtstheorie („Neue Makroökonomik“) .....	385
<i>D. „Neue Institutionenökonomik“: Unternehmungen, Märkte und Kooperationen als Koordinationsinstitutionen .....</i>	<i>391</i>
1. Einführung .....	391
2. Die Koordinationsinstitutionen „Markt“ und „Unternehmung“ in der Theorie von Coase .....	391
3. Die Governance-Richtung von Williamson .....	393
a. Transaktionen und Transaktionskosten .....	393
b. Verhalten der Beteiligten .....	394
c. Dimensionen von Transaktionen .....	394
d. Faktorspezifität und vertikale Integration .....	395
e. Faktorspezifität, Transaktionshäufigkeit und Koordinationsstruktur .....	396
4. Die Measurement-Richtung von Alchian .....	399
a. Team-Produktion und Meßprobleme .....	400
b. Verhalten der Beteiligten: Shirking .....	401
c. Klassische Eigentümer-Unternehmung und Aktiengesellschaft .....	401
d. Plastizität von spezifischen Faktoren .....	402
5. Kritische Würdigung .....	402
<i>E. Externe Effekte und Eigentumsrechte .....</i>	<i>403</i>
1. Einführung .....	403
2. Allgemeine Beschreibung von externen Effekten und Eigentumsrechten .....	404
3. Internalisierung von externen Effekten .....	406
4. Öffentliche Güter als positive externe Effekte .....	411
<i>Quellenhinweise zu Kapitel VI .....</i>	<i>412</i>



<b>Schluß: Ausblick auf die Wettbewerbstheorie</b> .....	415
<i>Quellenhinweise zur Wettbewerbstheorie</i> .....	418
<b>Literaturverzeichnis</b> .....	419
<b>Namenverzeichnis</b> .....	433
<b>Sachverzeichnis</b> .....	437