

Rudolf Gümbel



© 2008 [AGI-Information Management Consultants](#)  
May be used for personal purposes only or by  
libraries associated to [dandelion.com](#) network.

# Betriebswirtschaftslehre und ökonomische Theorie

! Betriebswirtschaftslehre für Querdenker

HOCHSCHULE  
LIECHTENSTEIN  
Bibliothek

1996  
Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

## Inhaltsverzeichnis

Abbildungsverzeichnis.....	HU
Tabellenverzeichnis.....	XVI
<b>Einführung.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Warum sollten Sie dieses Buch lesen?.....</b>	<b>1</b>
<b>B. Aufbau und Inhalt.....</b>	<b>2</b>
<b>C. Technologie der Knappheit.....</b>	<b>6</b>
<b>D. Allgemeine Betriebswirtschaftslehre?.....</b>	<b>10</b>
<b>E. Ethik und Ökonomik.....</b>	<b>19</b>
<b>Erstes Modul: Der Nutzen sollte das Opfer aufwiegen: Strukturen des Opfer-Nutzen-Kalküls.....</b>	<b>33</b>
<b>A. Von Smith (1776) über Ricardo (1817) und Cournot (1838) zu Edgeworth (1881).....</b>	<b>37</b>
1. Effizienzgrundlagen des Marktes: Autarkie vs. Markt (Smith 1776).....	39
1.1 Das koordinative Grundmodell.....	40
1.2 Kosten und Nutzen von Transaktionen.....	41
2. Funktionsumgliederung: Kaufen oder Produzieren (Ricardo)?.....	44
2.1 Das Ausgangsmodell.....	45
2.2 Der Übergang zum Modell der Transformationskurve.....	48
3. Der Vergleich von Nutzen und Nutzen (Edgeworth-Box).....	49
3.1 Das Ausgangsmodell.....	50
3.2 Weiterreichende Bedeutung.....	52
4. Markt- und kostenbedingte Verkaufs-Preis-Kalkulation (Cournot 1838) ...	56
4.1 Die Basisidee: Cournotscher Parabeffekt.....	56
4.2 Das Cournotsche Monopolmodell und Iso-Erlöskurven.....	59
4.3 Preisabsatzfunktion und Preiskalkulation.....	62
4.4 Die dritte Einflußgröße: Die Konkurrenzmenge.....	65
4.5 Zusammenfassung.....	67

# vm

## B. Simultaner Opfer-Nutzen-Kalkül:

<b>Von Walras (1873) zu Koopmans (1957)</b> .....	<b>69</b>
1. Die markttheoretische Ausgangsposition.....	71
2. Das elementare Grundmodell und seine Erweiterungsmöglichkeit.....	73
2.1 Betragsgleichheit und Konvexität.....	74
2.2 Betragsgleichheit bei strenger Konvexität und Nichtkonvexität.....	75
2.3 Betragsgleichheit bei strenger Konvexität.....	76
2.4 Betragsgleichheit bei Nichtkonvexität.....	78
3. Bedeutung des Walras-Modells für betriebswirtschaftliche Probleme.....	<b>79</b>
3.1 Zusammenhang von Durchschnitts-, Gesamt- und Grenzgröße.....	80
3.2 Fragestellung: $(d^*g)$ in der Ökonomik?.....	83
3.2.1 Ertragsgesetz und Cobb-Douglas-Produktionsfunktion.....	83
3.2.2 Amoroso-Robinson-Relation.....	85
3.2.3 Betragsgleichheit, Transformationskurve und Kostenrechnung.....	87
3.2.4 Willkürargument und Gemeinkosten.....	90
3.3 Zusammenfassung.....	92

## C. Das Stackelberg-Modell (1939) zur Qualitätsvariation und

<b>Vertriebspolitik als theoretische Grundlage von Marketing Science</b> .....	<b>94</b>
1. Der unvollkommene Markt als Normalfall.....	94
1.1 Konsequenzen für Strukturen des Opfer-Nutzen-Kalküls.....	95
1.2 Unvollkommenheitsfaktoren in der Klassik bzw. Neoklassik.....	97
1.3 Modellrahmen und Betriebswirtschaftslehre bzw. Marketing Science.....	99
2. Das Stackelbergsche Grundmodell.....	101
2.1 Formalstruktur des Monopolmodells.....	101
2.2 Inhaltliche Struktur des Ansatzes.....	102
2.3 Schnittbilder der Kostenfunktion.....	105
2.4 Die Stackelbergsche Minimalkostenkombination.....	108
3. Grundlagen von Marketing Science?.....	112
3.1 Preis und Menge als Aktionsparameter.....	112
3.2 Die markt- und produktionsbedingte Kostenfunktion.....	113
3.3 Modellierung von Qualität und Vertriebspolitik.....	114
3.4 Konsequenzen für Marketing Science?.....	117
3.4 Allgemeine Betriebswirtschaftslehre und Marketing.....	118

## D. Vom Eigenschaftsvektor zum Produkt-Markt-Raum:

<b>Lancaster-ModeU (1966)</b> .....	<b>121</b>
1. Quantitäts- und Qualitätsnutzen wirtschaftlicher Güter.....	122
2. Das Grundmodell von Lancaster (1966).....	126
2.1 Der Modellkern.....	127
2.2 Implikationen der Modellstruktur.....	130

2.3 Budgetvariation.....	134
2.4 Preisvariation.....	135
3. Lancaster-Modell und Hedonic Pricing.....	137
3.1 Die Grundintention von Hedonic Pricing.....	137
3.2 Zur Formalisierung von Hedonic Pricing.....	139
4. Lancaster-Modell, Betriebswirtschaftslehre und Marketing Science.....	141
<b>E. Die Entdeckung des Verbrauchers und seiner Einstellungen:</b>	
<b>Von Katona (1951) zu Rosenberg (1956) und Fishbein (1961/1963)</b>	144
1. Ratio, Psyche und Ressourcen.....	146
2. Psychische und soziale Determinanten des Konsumentenverhaltens.....	155
3. Grundmodelle der Einstellungsmessung.....	158
4. Einstellungsmessung und Produktionstheorie: Formale Analogie.....	160
5. Brückenschlag auf Strukturähnlichkeiten?.....	165
<b>F. Opfer-Nutzen-Kalkül: Eigenschaften von Personen und Gütern</b>	167
1. Wirkungsfunktionen: Integrationskonzept einer ABWL?.....	167
2. Wirkungsfunktionen als Instrument der Integration.....	169
2.1 Wirkungsfunktionen in der Klassik und Neoklassik.....	170
2.2 Wirkungsfunktionen in der Finanzwirtschaft.....	174
2.2.1 Kontrakteigenschaften und finanzwirtschaftliche Relevanz.....	175
2.2.2 Bilanz und finanzwirtschaftliche Eigenschaften.....	176
2.2.3 Zahlungsreihen und Präferenzen.....	178
2.2.4 Zusammenfassung.....	179
2.3 Wirkungsfunktionen in der Produktionswirtschaft.....	179
2.3.1 Von der Kosten-zur Produktionsfunktion.....	180
2.3.2 Die Vor-Gutenberg-Epoche.....	182
2.3.3 Mehrstufigkeit, Limitationalität, Substitutionalität.....	185
2.3.4 Produktionssysteme.....	187
2.4 Wirkungsfunktionen in der Absatzwirtschaft.....	191
<b>G. Zusammenfassung</b>	192
 Zweites Modul: Das Ganze und die Summe seiner Teile.....	195
<b>A. Produktions- und Haushaltstheorie: Strömungsgrößen</b>	198
1. Das Vollkommenheitsdilemma.....	198
2. Die elementaren Modellkerne.....	201
3. Transfer von Produktionstheorie.....	204

3.1 Produktivität und Nutzen als Durchschnittsgrößen.....	204
3.2 Produktionsrichtung und Konsumrichtung.....	208
3.3 Konsum- und Produktionskapazität.....	212
3.3.1 Zielsetzungsbedingte Grenzen.....	213
3.3.2 Umweltbedingte Grenzen.....	215
3.3.3 Potentialbedingte Grenzen (Ausstattung, Wissen, Können).....	215
3.4 Universalgut Nutzen Operationalisierung von Synergieeffekten.....	216
3.4.1 Leistungsbündel als Programmobjekte im privaten Haushalt.....	217
3.4.2 Limitationalität, Substitutionalität, Komplementarität und Synergie.....	221
4. Analysetechnik und Iso-Kurven.....	223
4.1 Einheitliche Aufschlagsspanne bei Delegation des Einkaufs.....	224
4.2 Der Preisaktive Konkurrent als Wohltäter.....	227
5. Zusammenfassung.....	228
<b>B. Bilanztheorie: Vektoren von Bestands- und Strömungsgrößen.....</b>	<b>231</b>
1. Struktur des Problemfeldes.....	232
2. Bilanzstruktur als Vektormodell.....	233
2.1 Aggregationsstufe Aktiva und Passiva.....	235
2.2 Aggregationsstufe Bilanzposition.....	241
3. Zusammenfassung.....	242
<b>C. Absatztheorie: Erlös als Summe und Produkt.....</b>	<b>244</b>
1. Relation von Erlös als Summe und Produkt.....	244
2. Kontraktstruktur und primäre Erlösdeterminanten.....	246
3. Kontraktstruktur, Marktkapazität und effizienter Rand von Marktwirkungspotentialen.....	248
4. Marktstufe, Kontraktstruktur und Transaktionskosten.....	251
5. Zusammenfassung.....	253
<b>D. Entscheidungstheorie: Vergleich von Verteilungen.....</b>	<b>255</b>
1. Das Grundmodell.....	255
1.1 Tabellenform.....	256
1.2 Verteilung über die Ergebnisse.....	257
1.3 Gleichungsform und Graphik.....	259
1.4 Zusammenfassung.....	263
2. Konkurrierende Entscheidungsregeln bei Risiko.....	264
2.1 Das geometrische Mittel.....	265
2.2 Das Konzept des Bernoulli-Nutzens.....	267
3. Entscheidungsregeln bei Unsicherheit.....	271

3.1 Laplace-Regel.....	271
3.2 Extremader Ergebnisverteilung als Kenngrößen.....	272
3.3 Niehans-Savage-Regel.....	276
4. Hirshleifer-Riley-Modell: Risk Sharing.....	281
<b>E. Kapitaltheorie: Intertemporale Wahl.....</b>	<b>284</b>
1. Das Zinseszins-Modell.....	285
2. Das Grundmodell der intertemporalen <b>Wahl</b> .....	288
3. Das Dean-Modell.....	289
4. Eigenschaftsorientierte Mischung von Ertragsquellen.....	290
<b>F. Statistik: Eigenschaften von Iso-Mittelwert-Kurven.....</b>	<b>293</b>
1. Die Relation des arithmetischen zum geometrischen Mittel.....	294
2. Verwandtschaft des harmonischen Mittels (HM) mit AM und GM.....	297
3. Verknüpfung von AM und GM.....	298
3.1 Die formale Bedeutung des Zusammenhangs.....	298
3.2 Die inhaltliche Bedeutung für die ökonomische Theorie.....	302
3.3 Lagrange-Konzept.....	306
3.4 Konzept der generalisierten Koordinaten bzw. Elastizitäten.....	309
<b>G. Zusammenfassung.....</b>	<b>313</b>

**Drittes Modul: Kalkülsprache und Sprachkalkül.....315**

<b>A. Spezifische Problemstruktur.....</b>	<b>315</b>
1. Fallstudien als Beispiele.....	315
2. Konsequenzen.....	317
<b>B. Kalkülsprache und Effizienzdenken.....</b>	<b>319</b>
1. Die Wittmann-Hypothese.....	319
2. Die Käfer-Hypothese.....	322
3. Die Chandler-Hypothese.....	325
<b>C. Die Doppik als ein System linearer Gleichungen.....</b>	<b>329</b>
1. Vom Inventarverzeichnis zur Vermögensrechnung.....	329
2. Die Vorzeichenregel von Bilanz und Doppik.....	331
3. Der Bilanz-Algorithmus: Von der Anfangs- zur Schlußbilanz.....	334
4. Zusammenfassung.....	337

<b>D. Effizienzstreben und Faktorabgeltung</b> .....	339
1. Historische Wurzeln.....	339
2. Von der Doppik zum BAB.....	341
3. Durchschnittskosten: Vom BAB zur Stückrechnung.....	343
3.1 Formalstruktur von Kalkulationsverfahren.....	344
3.2 Division und Kalkulationsverfahren.....	346
3.2 Äquivalenz-, Anteilsfaktoren und Allokationstheorie.....	347
3.3 Spezialformen der Kostenzuordnung.....	349
3.3.1 Verrechnung von Hilfskostenstellen und Srafla.....	349
3.3.2 Anpassungsformen und Äquivalenzziffern.....	353
3.3.3 Äquivalenzziffern und Abteilungskonflikte.....	355
4. Konsequenzen der Formalstruktur.....	359
4.1 Doppik und BAB.....	359
4.2 Kalkulation der Selbstkosten.....	360
4.3 Zusammenfassung der Formalstruktur.....	360
4.4 Implikationen der Formalstruktur.....	362
4.5 Mehrdimensionalität und Graphik.....	364
4.6 Denken in Metaphern der Mathematik.....	365
Abschließender Brief an die Leser.....	367
Literaturverzeichnis.....	369