

---

# VWL Fragen "Mikroökonomie"

## Table of Contents

.....	1
Was besagt das 1. Gossensch'sche Gesetz? .....	1
Von welchen Faktoren hängt die Nachfrage nach einem bestimmten Konsumgut ab? .....	1
.....	2
Warum steigt die Nachfrage nach einem Gut mit fallendem Preis? .....	2
Warum fällt die Nachfrage nach einem Gut mit abnehmendem Einkommen? .....	2
Gibt es auch Ausnahmen von den regeln unter a) und b)? .....	2
Was besagt die Preiselastizität der Nachfrage? .....	2
Was besagt die Einkommenselastizität der Nachfrage? .....	3
.....	3
Welche Rolle spielt der Realzins bei der Aufteilung von Konsum und Ersparnis? .....	3
Wie unterscheidet sich die Keynes'sche Konsumfunktion von der permanenten Einkommenshypothese von Friedmann? .....	3
Welche Faktoren bestimmen das Arbeitsangebots eines einzelnen Wirtschaftssubjektes? .....	3
Wo liegt das Gewinnmaximum eines Unternehmens? .....	3
Was sind Fixkosten, variable Kosten, Grenzkosten (GK), durchschnittliche variable Kosten (DVK), durchschnittliche totale Kosten (DTK)? .....	4
Wo liegt das Betriebsoptimum und Betriebsminimum? .....	4
.....	4
Wann ist ein Gütermarkt vollkommen und wann unvollkommen? .....	4
Welche Marktformen kennen Sie und was ist für Sie charakteristisch? .....	5
Wovon hängt es ab, ob ein Unternehmen Preispolitik betreiben kann... ..	5
Welche Kosten sind mit der Preissetzung des Unternehmers verbunden? .....	6
Welche Vor- und Nachteile bieten unterschiedliche Preispolitiken wie Kostenaufschlagskalkulation, Preisdifferenzierung, Marktabschöpfungs- und Durchdringungsstrategien, Preisführerschaft und Preisfolgerschaft? .....	6
.....	8
Welche Arten von Unternehmensinvestitionen lassen sich unterscheiden? .....	8
Welche Determinanten bestimmen das Investitionsverhalten von Unternehmen? .....	8
Welche Funktion hat der Gleichgewichtspreis auf einem einzelnen Gütermarkt? Wann ist der Gütermarkt geräumt? .....	9
Welche Konsequenzen haben Preisober- und Preisuntergrenze auf Gütermärkten? .....	9
.....	9
Was soll Wettbewerb den Konsumenten bringen und wodurch wird Wettbewerb gefährdet? .....	9
Träger der Wettbewerbspolitik in BRD und welche Gesetze sind rechtliche Grundlage? .....	9
Wie ist der Zusammenhang zwischen Wettbewerb und Marktmacht eines Unternehmens .....	9

## Was besagt das 1. Gossensch'sche Gesetz?

Das erste Gossensch'sche Gesetz besagt, dass mit **zunehmendem Konsum** eines Gutes dessen **Grenznutzen sinken**. Bei einem Grenznutzen von Null wird schließlich ein Sättigungspunkt erreicht.

## Von welchen Faktoren hängt die Nachfrage nach einem bestimmten Konsumgut ab?

Die Nachfrage nach einem bestimmten Konsumgut hängt von sechs wesentlichen Faktoren ab:

Objektive Determinanten

- individuelles Einkommen

- Preis des Gutes
- Preis andere Güter (Substitutionsgüter)
- Realzins (Sparen? – Konsumieren?)

Subjektive Determinanten

- Nutzen des Gutes
- Nutzen anderer Güter

## Warum steigt die Nachfrage nach einem Gut mit fallendem Preis?

Je mehr Menge man von einem Gut pro Geldeinheit kaufen kann, desto größer ist der Nutzen pro Geldeinheit. Daher steigt die Nachfrage bei fallendem Preis.

## Warum fällt die Nachfrage nach einem Gut mit abnehmendem Einkommen?

Eine Einkommensminderung führt zu einem Rückgang der Nachfrage, da Geld eine knappe Ressource für den Konsumenten darstellt. Der Konsument definiert seinen Nutzen pro Geldeinheit neu, d.h. die Nachfrage nach einem Gut nimmt ab.

## Gibt es auch Ausnahmen von den regeln unter a) und b)?

**Ausnahmen zu 2.1: Snob-Effekt** (hoher Preis signalisiert Exklusivität, z.B.: Porsche), (Nachfrage steigt bei steigendem Preis)

**Ausnahmen zu 2.2: Inferiores (minderwertiges) Gut**, z.B.: Instantkaffee statt Bohnenkaffee (Nachfrage steigt bei fallendem Einkommen)

## Was besagt die Preiselastizität der Nachfrage?

$$\text{Preiselastizität der Nachfrage} = (-) \frac{\text{Prozentuale Nachfrageänderung}}{\text{1\%ige Preisänderung}}$$

Um wieviel Prozent ändert sich die Nachfragemenge X, wenn der Preis P eines Gutes um 1% steigt oder fällt?

**Unelastische Nachfrage:**  $-1 < x < 0$  (zwischen -1 und 0)

**Elastische Nachfrage:**  $< -1$  (kleiner als -1) Abhängig von:

- Verfügbarkeit von Substitutionsgüter
- Anteil an Konsumausgaben
- Reaktionszeit (Zeit für Alternativensuche)

- Werbung

## Was besagt die Einkommenselastizität der Nachfrage?

$$\text{Einkommenselastizität der Nachfrage} = \frac{\text{Prozentuale Nachfrageänderung}}{\text{1\%ige Einkommensänderung}}$$

Um wieviel Prozent ändert sich die Nachfragemenge bei einem Gut, wenn das Einkommen um 1% steigt oder fällt?

## Welche Rolle spielt der Realzins bei der Aufteilung von Konsum und Ersparnis?

Der Realzins ist eine ( von mehreren ) Einflußgröße, die das Spar- und Konsumverhalten steuert. Konsumenten handeln nach dem Prinzip der Nutzenmaximierung:

- Bei **steigendem Realzins** neigen die Konsumenten eher zum **Sparen**, weil Sie in der Zukunft dadurch höhere Konsummöglichkeiten erwarten.
- Bei **fallenden Realzins** neigen die Konsumenten eher zum sofortigen **Konsum**, weil der Nutzen von der Ersparnis in der Zukunft nicht so hoch eingeschätzt wird.

## Wie unterscheidet sich die Keynes'sche Konsumfunktion von der permanenten Einkommenshypothese von Friedman?

Bei Keynes ist **das verfügbare Realeinkommen der laufenden Periode** die überragende Schlüsselgröße für das Konsum- und Sparverhalten der Wirtschaftssubjekte. Der Realzins spielt keine wichtige Rolle bei der Aufteilung von Konsum und Ersparnis. Somit schwankt bei Keynes der Konsum und die Ersparnisse entsprechend mit dem laufenden verfügbarem Realeinkommen.

Friedman hingegen macht Aufteilung von Konsum und Ersparnis vom permanenten Realeinkommen abhängig, **d.h. vom durchschnittlich erwarteten Einkommensniveau über mehrere Perioden** betrachtet. Die privaten Konsumausgaben sind somit nach Friedman proportional zur Entwicklung des permanenten Realeinkommens. Auf temporäre Einkommensschwankungen reagieren die Konsumenten nur durch vermehrtes **Sparen bzw. Entsparen**.

## Welche Faktoren bestimmen das Arbeitsangebots eines einzelnen Wirtschaftssubjektes?

Bei steigendem Reallohn und/oder bei steigendem Realzins steigt das Arbeitsangebot, da:

**höheres Einkommen ==> mehr sparen ==> höherer Nutzen**

Bei weiter steigendem Lohn wird der Zusatznutzen der zu konsumierenden Güter geringer als der Nutzen der Freizeit.

Bei erreichten Grenzwert: **Nutzen der Freizeit > Nutzen der Arbeit**

*==>> Rückgang des Arbeitsangebotes*

## Wo liegt das Gewinnmaximum eines Unternehmens?

Allgemeine Bedingung für das Gewinnmaximum:

---

Das Gewinnmaximum eines Unternehmens liegt in dem Punkt, wo Grenzerlöse und Grenzkosten gleich sind.  $dE/dx = dK/dx$  oder  $E' = K'$ .

## Was sind Fixkosten, variable Kosten, Grenzkosten (GK), durchschnittliche variable Kosten (DVK), durchschnittliche totale Kosten (DTK)?

- **Was sind Fixkosten?**

Fixkosten sind Kosten die unabhängig von der Produktionsmenge anfallen z.B. Miete, KfZ-Versicherung für Fuhrpark etc...

- **variable Kosten**

Variable Kosten sind produktionsmengenbezogene Kosten. z.B.: Werkstoffe

- **Grenzkosten (GK)**

Grenzkosten sind die Kosten, die durch die Produktion einer weiteren Einheit zusätzlich entstehen.

- **durchschnittliche variable Kosten (DVK)**

durchschnittliche variable Kosten (DVK) sind variable Kosten pro Mengeneinheit.  $DVK = V_k/x$

- **durchschnittliche totale Kosten (DTK)**

DTK sind totale Kosten pro produzierte Mengeneinheit.  $DTK = (F_k + V_k)/x$

## Wo liegt das Betriebsoptimum und Betriebsminimum?

- **Betriebsoptimum:**

Das Betriebsoptimum ist erreicht, wenn die DTK minimal sind. Dieser Punkt markiert auch die langfristige Preisuntergrenze.

- **Betriebsminimum:**

Das Betriebsminimum ist erreicht, wenn die DVK minimal sind. Dieser Punkt markiert auch die kurzfristige Preisuntergrenze.

## Wann ist ein Gütermarkt vollkommen und wann unvollkommen?

- **Vollkommener Markt:**

- Homogene Güter: Gleichartigkeit aller Güter
- Keine Präferenzen (persönlich, räumlich oder zeitlich) existieren.

- Markttransparenz: Verfügbarkeit aller Marktinformationen für den Teilnehmer (Anbieter und Nachfrager). Kein Preisspielraum!
- **Unvollkommener Markt:**
  - Eine bzw. mehrere von den oben genannten Bedingungen ist(sind) nicht erfüllt.

## Welche Marktformen kennen Sie und was ist für Sie charakteristisch?

- **Polypol** (sehr viele Anbieter), wenig bzw. keine Marktmacht
  - homogen:
    - kein Preisspielraum für einzelnen Anbieter
    - keine Präferenzen bei Nachfragern
  - heterogen:
    - begrenzter Preisspielraum für einzelne Anbieter
    - Präferenzen bei Nachfragern
- **Oligopol** (wenige Anbieter). Mehr oder weniger Marktmacht.
  - homogen:
    - kaum Preisspielraum für einzelne Oligopolisten bei Wettbewerb
    - Problem der Preisführerschaft
    - keine Präferenzen bei Nachfragern
  - heterogen:
    - begrenzter Preisspielraum
    - Problem der Preisführerschaft
    - Präferenzen bei Nachfragern
- **Monopol** (ein Anbieter). Große Marktmacht.
  - großer Raum zur Preisgestaltung, solange Nachfrager keine Alternativen hat

## Wovon hängt es ab, ob ein Unternehmen Preispolitik betreiben kann...

1. vollkommener - unvollkommener Markt;
2. Anzahl der Anbieter auf dem Markt (Monopol-Oligopol)##
3. Nachfrage (Werbungsfreie TV?!).
4. Möglichkeit für den Aufbau der Präferenzen (Strom?!)

### ...und wann ist der Preispolitische Spielraum am größten bzw. am kleinsten?

- Je unvollkommener (vollkommener) Märkte, desto größer (kleiner) ist Preisspielraum.
- Als Monopolist hat man die größte Marktmacht. Umso mehr, je weniger Alternativen, je unverzichtbarer Produkt für Nachfrager
- Durch Werbung (oder Attribute zufügen) und Qualität Präferenzen der Konsumenten für eigenes Produkt aufbauen: Schaffung von monopolistischen Absatzbereich.

### Welche kosten sind mit der Preissetzung des Unternehmers verbunden?

menu-costs -- Kosten der Preisanpassung

Keynsianer	Neuklassiker
Höhe Kosten der Preisanpassung# starre Preise (unverändert trotz hoher Nachfrage). Keine Preisänderung, sondern mengenmäßige Anpassung	Menu costs spielen keine Rolle. Sofortige Anpassung zur Nachfrageänderung. Stabile Märkte, elastische Reaktion, optimale Nutzung des gewonnenen Spielraum

### Welche Vor- und Nachteile bieten unterschiedliche Preispolitiken wie Kostenaufschlagskalkulation, Preisdifferenzierung, Marktabschöpfungs- und Durchdringungsstrategien, Preisführerschaft und Preisfolgerschaft?

#### 1. Kostenaufschlagskalkulation

Anhand von Rechenschemata werden allgemeine Aufschlagssätze kalkuliert. Bei gegebenen Einkaufspreisen werden diese Aufschlagssätze in einem Zeitraum für die Kalkulation der Verkaufspreise herangezogen. Bsp:

$$P = EK * \text{Faktor} \quad P = EK + \text{Marge (absoluter Aufschlag)}$$

#### Vorteile:

- Geringe Kosten:
  - Kurze unkomplizierte Errechnung
  - Zeitvorteile bei der Errechnung
- Kalkulation ohne spezifische Vorkenntnisse im kaufmännischen Bereich möglich

#### Nachteile:

- Keine Rücksichtnahme auf außergewöhnliche Kostenstrukturen möglich
- Gefahr der Über- und Unterkalkulation

- Absatzmarkt wird nicht berücksichtigt

## 2. Preisdifferenzierung

Verkauf ein und desselben Produktes an verschiedene Käufergruppen zu unterschiedlichen Preisen. Eine Preisdifferenzierung kann grundsätzlich nach Personengruppen (z.B. Schüler/Erwachsene), nach Einkaufsmengen, nach Verwendungszweck (z.B. Mineralöl zum Heizen und als Diesel-Kraftstoff), in räumlicher Hinsicht (Inlands-/Auslandsmarkt) und in zeitlicher Hinsicht (Vor- und Hauptsaison) erfolgen.

### **Vorteile:**

- Zielgruppenorientiertes Marketing ist besser möglich
- Preis als Köderinstrument für seltenere Kundengruppen
- „Reinhaltung“ eines solventen Kundensegments (Leute mit Kohle bis zum Gehnichtmehr melken)
- Gewöhnungseffekte (Software zum Studentenpreis)

### **Nachteile:**

- „Verwässerung“ einer Marke (Lacoste: Keine Rabattaktionen)
- Einteilung verursacht höheren Aufwand
- Gefahr der Unglaubwürdigkeit

## 3. Marktaberschöpfungsstrategie

Ein Produkt wird zunächst sehr teuer und in geringerer Stückzahl eingeführt und wird danach günstiger. Ausnutzung eines temporären Marktmonopols

### **Vorteile:**

- Stückgewinnmaximum sofort zu Beginn
- Hohe Geldeingänge zeitnah zur kostenintensiven Forschungs- und Entwicklungszeit
- „Pioniere“ sind eine solvente Käufergruppe, die hauptsächlich kauft, was andere (noch) nicht haben
- Preissenkungen als Argument für Unentschlossene sind mit einkalkuliert

### **Nachteile:**

- Zu hoch gewählte Einsteigerpreise führen dazu, dass keiner kauft (Konkurrenz)

## 4. Marktdurchdringungsstrategie

Ein Unternehmen setzt sich durch eine Niedrigpreisstrategie von anderen Unternehmen am Markt ab, um Marktanteile zu gewinnen.

### **Vorteile:**

- Auf einem durchdrungenen Markt gewinnt das Unternehmen an Marktmacht
- Potentielle niedrige Gewinnmargen halten Mitbewerber von Markteintritt ab

### **Nachteile:**

- Geringe Stückgewinne zu Anfang. Längerfristig gelingt es nicht, über höhere Preise einen höheren Gewinn durchzusetzen.
- Bei geringen Verkaufspreisen zu Lasten der Produktqualität misslingt die Strategie

- Preiserhöhungen am durchdrungenen Markt ziehen Mitbewerber an

#### 5. Preisführerschaft

Ein Unternehmen am Markt setzt Preise fest, andere Unternehmen passen ihre Preise stillschweigend an den Preisführer an.

##### **Vorteile:**

- Andere Unternehmen bieten nicht günstiger an (wenig bis keine Preiskämpfe)
- Relative Freiheit in der Preiskalkulation
- Verzicht auf Preiswettbewerb um höhere Gewinne zu erlangen

##### **Nachteile:**

- Kostenintensive Eigenkalkulation zahlt sich im gleichen Maß für die Konkurrenz aus.
- Für den Kunden ist es egal, wo er kauft. Der Preis ist gleich
- Hohe Strafen bei Nachweis von Kartellbildung.

#### 6. Preisfolgerschaft

Ein dem Preisführer folgendes Unternehmen

##### **Vorteile:**

- Kalkulation übernimmt ein anderer
- Keine Gefahr vor zu hohem Wettbewerbsdruck

##### **Nachteile:**

- Abhängigkeit vom Preisführer
- Für den Kunden ist es egal, wo er kauft. Der Preis ist gleich

### **Welche Arten von Unternehmensinvestitionen lassen sich unterscheiden?**

- **Lagerinvestition** ( Bestandsaufstockungen..... )
- **Finanzinvestition** ( Aktien, Fonds,.... )
- **Anlageinvestition** ( Maschinen,..... )

### **Welche Determinanten bestimmen das Investitionsverhalten von Unternehmen?**

- Realzins
- Alternativrendite von Sachkapital (Mehr Erlöse) zu Finanzkapital (Zinsgewinne)
- Erwartete Erlöse
- Erwartete Kosten



Denn:  $\text{Ipr}^e = (\text{Erlöse}^e - \text{Kosten}^e) / \text{Eigenkapital}$

## Welche Funktion hat der Gleichgewichtspreis auf einem einzelnen Gütermarkt? Wann ist der Gütermarkt geräumt?

Beim Gleichgewichtspreis stimmen Angebot und nachgefragte Menge überein. Es herrscht Marktträumung.

## Welche Konsequenzen haben Preisober- und Preisuntergrenze auf Gütermärkten?

**Preisuntergrenzen** wie z.B. bei Agrarprodukten haben zur Folge, dass das Angebot ungleich der Nachfrage ist. Es werden höhere Preise für ein Gut gewährt als bei Preisbildung auf einem „freien“ Markt. Das führt dazu, dass ein Angebotüberschuss entsteht.

**Preisobergrenzen**, wie z.B. beim sozialen Wohnungsbau, haben ebenfalls zur Folge, dass das Angebot ungleich der Nachfrage ist. Es werden niedrigere Preise für ein Gut gewährt als bei Preisbildung auf einem „freien“ Markt. Das führt dazu, dass ein Nachfrageüberschuss entsteht.

## Was soll Wettbewerb den Konsumenten bringen und wodurch wird Wettbewerb gefährdet?

**Konsumenten:** - Gute Qualität (häufig über Produktinnovation) - preisgünstig

**Wettberbergsgefährdung:** - Kartellbildung - unlauterer Wettbewerb - Fusionen

## Träger der Wettberberbspolitik in BRD und welche Gesetze sind rechtliche Grundlage?

- Bundeskartellamt - Gesetz gegen Wettberbergsbeschränkung (GWB) (Kartellverbote, Fusionskontrolle) - Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb

## Wie ist der Zusammenhang zwischen Wettbewerb und Marktmacht eines Unternehmens

- Je weniger Wettbewerb desto mehr Marktmacht - Je mehr Wettbewerb desto weniger Marktmacht für einzelne Unternehmen