



Zusammenfassung

Haftungsausschluss: Der Autor und die Fachschaft Jus Luzern (Fajulu) übernehmen keinerlei Gewähr hinsichtlich der inhaltlichen Richtigkeit, Genauigkeit, Aktualität, Zuverlässigkeit und Vollständigkeit der Informationen. Haftungsansprüche gegen den Autor oder die Fajulu wegen Schäden materieller oder immaterieller Art, welche aus dem Zugriff oder der Nutzung bzw. Nichtnutzung der Zusammenfassung entstehen werden ausgeschlossen.

1. Grundfragen jeder Volkswirtschaft

Güter: Waren oder Dienstleistungen

Ungüter: Dinge, die uns lästig sind, die wir weg haben wollen

Mit zunehmendem Einkommen vergrößert sich der Anteil der Konsumgüter, welche die Bedürfnisse der oberen Stufen der Maslowschen Pyramide befriedigen.

Unersättlich sind die Konsumwünsche, die den Bedürfnissen nach Zugehörigkeit und Achtung entspringen → demonstrativer Konsum, Statuskonsum, Geltungskonsum

Positionale Güter: Sind in begrenztem Umfang vorhanden und gerade deshalb so begehrt (z.B. Haus am Genfersee, Position als Manager in grossem Unternehmen...)

Produktionsfaktoren: Ressourcen. Güter die man zur Produktion von Gütern einsetzt.

→ Arbeitskraft (Know-how, jede Art der Arbeitskraft...)

→ Kapitalgüter = Investitionsgüter (Strassen, Fabriken, Bücher mit gespeichertem Wissen...)

→ Boden, Bodenschätze

→ Umweltgüter (frische Luft, Sonnenschein...)

→ unternehmerische Tätigkeit (Entscheidungen treffen und Risiken tragen, Fähigkeit, die Produktionsfaktoren optimal zu kombinieren)

Um mit unseren das Angebot übersteigenden Bedürfnissen (→ Knappheit) zurechtzukommen, müssen wir entscheiden, für welche Wünsche wir die knappen Ressourcen einsetzen wollen.

Wir machen eine bestmögliche Zuteilung der knappen Ressourcen → Allokation

Opportunitätskosten: Kosten die dadurch entstehen, dass wir durch das „Konsumieren“ eines Gutes die Möglichkeit entgeht, ein anderes Gut zu konsumieren (Verzichtskosten)

Sind alle Ressourcen genutzt, kann die Produktion eines Gutes nur auf Kosten der Produktion eines anderen Gutes stattfinden.

6 Koordinationsmechanismen:

- Solidarität in Kleingruppen (persönlichen Austausch, gegenseitige Hilfe...)
- Interessensolidarität (gleiche Interessen bewegen Leute, sich zusammen zu tun)
- Hierarchie im Unternehmen
- Hierarchie im Staat
- Markt
- Tradition

2. Angebot und Nachfrage

2.1. Was ist ein Markt?

Wichtig ist, zu unterscheiden zwischen dem Konsumwunsch einerseits und der Nachfrage, die durch Geld ausgedrückt werden muss, andererseits. Auf dem Markt wirkt direkt nur diese Nachfrage, nicht das Bedürfnis oder der Konsumwunsch.

In der Ökonomie wird jedes Zusammentreffen von Angebot und Nachfrage als Markt bezeichnet.

Wo viele Verkäufer sind, hat kein einzelner das Gewicht, dass er selber über die Preise bestimmen könnte. Vielmehr ergeben sich Mengen und Preise durch das Zusammenwirken aller Marktteilnehmer.

Vollständige Konkurrenz: Niemand kann den Marktpreis beeinflussen. Vier Voraussetzungen:

- sehr viele Anbieter und Nachfrager
- Güterqualität und Verkaufsservice einheitlich (homogenes Gut)
- Vollständige Information aller Marktteilnehmer
- Freier Marktzutritt oder –austritt

Monopol: Markt mit nur einem einzigen Anbieter.

Oligopol: Märkte, die nur von wenigen Anbietern beliefert werden (z.B. Coop, Migros, Aldi...)

Monopolistische Konkurrenz: Es gibt viele konkurrierende Anbieter, doch die angebotenen Güter sind nicht vollkommen gleichartig (z.B. stehen Sportschuhfirmen in scharfer Konkurrenz untereinander. Es gibt Unterschiede zwischen einem Nike und einem Adidas-Schuh, aber die Unterschiede sind nicht so gross, dass die Kunden nicht mehr auswählen könnten)

Nachfragemonopol, Nachfrageoligopol: Wenn ein Käufer eine Monopolstellung hat, spricht man von Nachfragemonopol. Beherrschen wenige Käufer einen Markt, von einem Nachfrageoligopol. (z.B. Grossunternehmen profitieren oft von starken Machtpositionen gegenüber kleinen Lieferanten)

2.2. Die Bestimmungsgründe der Nachfrage

Beschränktes Budget → Je höher der Preis für ein Gut, desto kleiner die nachgefragte Menge.

Normale Güter: Ihre Nachfrage steigt mit steigendem Einkommen (z.B. auswärts Hotdog essen)

Inferiore Güter: Ihre Nachfrage sinkt mit steigendem Einkommen (mit höherem Einkommen wechseln wir zu höherwertigen, teureren Produkten, z.B. kaufen wir mehr teure Ferien und dafür weniger Kartoffeln)

Substitutionsgüter: Güter, die einander ersetzen können, sodass ein Preisrückgang beim ersten Gut die Nachfrage beim anderen Gut senkt (z.B. Hamburger billiger → esse mehr Hamburger, aber weniger Hotdogs)

Komplementärgüter: Güter, die miteinander gebraucht werden, womit ein Preisrückgang beim einen Gut auch die Nachfrage beim anderen Gut erhöht (z.B. Autos und Benzin, Kino und Popcorn...)

Erwartungen: Mein Konsumverhalten wird auch davon bestimmt, was ich von der näheren Zukunft erwarte.

2.3. Die Nachfragekurve

Die Kurve zeigt, dass die nachgefragte Menge sinkt bei steigenden Preisen (dabei werden immer gleiche Bedingungen angenommen → ceteris paribus...).

Die Nachfragekurve kann sich verschieben (z.B. wegen einer Imageverbesserung von Hotdogs, die Kurve würde sich dann nach rechts, zu grösseren Mengen hin, verschieben).

Grenznutzen: Freude oder Befriedigung, die wir durch eine zusätzliche Einheit eines Gutes erlangen. Oft nimmt dieser Grenznutzen ab, wenn wir mit dem Konsum fortfahren. Das Gesetz des abnehmenden Grenznutzens besagt, dass jede weitere konsumierte Einheit eines Gutes einen kleineren zusätzlichen Nutzen stiftet. Das Gesetz des abnehmenden Grenznutzens trifft in kurzen Zeitperioden stärker zu.

Je grösser der Grenznutzen eines Gutes ist, desto mehr ist der Käufer dafür zu zahlen bereit. Wenn nun der Grenznutzen abnimmt, sind die Konsumenten für jedes zusätzliche Gut immer weniger zu zahlen bereit.

→ Nachfragegesetz: Bei gegebenen Wünschen, Einkommen etc. sind die Leute nur bereit, weitere Mengen eines Gutes zu kaufen, wenn der Preis fällt.

2.4. Die Bestimmungsgründe des Angebots

Angebot: Menge an Gütern, die Verkäufer auf Märkten absetzen wollen.

Höhere Preise versprechen höheren Gewinn → Ausdehnung des Angebots

Je höher der Preis für ein Gut, desto grösser ist auch die angebotene Gütermenge.

Weitere Faktoren:

- Preise für Inputs (steigen Produktionskosten, senkt man die Produktion und somit die angebotene Menge...)
- Technik, Organisation (Fortschritte → effizientere Produktion → grösseres Angebot)
- Erwartungen

2.5. Die Angebotskurve

Gehen die Produktionskosten zurück, verschiebt sich die Angebotskurve nach rechts hin zu grösseren Mengen.

2.6. Angebot und Nachfrage in Kombination

Angebotsüberschuss, Nachfrangelücke: Die angebotene Menge übersteigt die nachgefragte Menge zum herrschenden Preis → Preise senken bis Überschuss verschwindet und Preiszerfall aufhört.

Nachfrageüberschuss, Angebotslücke: Die nachgefragte Menge übersteigt die angebotene Menge zum herrschenden Preis → Preise erhöhen bis Angebot und Nachfrage ausgeglichen sind.

Marktgleichgewicht: Der Punkt, wo sich Angebots- und Nachfragekurve überschneiden.

Gleichgewichtspreis: Preis, bei dem die angebotene Menge gleich gross ist wie die nachgefragte.

Gleichgewichtsmenge: angebotene und nachgefragte Menge zum Gleichgewichtspreis.

3. Elastizitäten

3.1. Die Preiselastizität der Nachfrage

- gibt an, wie empfindlich die nachgefragte Menge auf eine Preisänderung reagiert. Sie drückt die prozentuale Veränderung der nachgefragten Menge bezogen auf die prozentuale Veränderung des Preises aus.

Preiselastizität der Nachfrage = (prozentuale Mengenänderung):(prozentuale Preisänderung)
Die Preiselastizität der Nachfrage ist negativ (die nachgefragte Menge geht zurück, wenn der Preis steigt...)

Preiselastisch: Wenn eine Preiselastizität grösser ist als 1 (absoluter Betrag).

Preisunelastisch: Wenn eine Preiselastizität kleiner ist als 1.

Preiseinheitselastisch: Wenn die Preiselastizität genau bei 1 liegt.

Allgemein können wir dort grosse Preiselastizitäten beobachten, wo es eine einfache Alternative gibt (sehr preiselastisch: Nachfrage nach teurem Kalbfleisch oder Margarine. Sehr preisunelastisch: Nachfrage nach Brot)

Die Preiselastizität hängt stark davon ab, wie eng oder wie breit der Markt ist. (→ Nachfrage nach Butter ist sehr preiselastisch, wenn der Preis für Margarine gleich bleibt. Steigen die Preise beider Produkte, ist die Nachfrage der beiden Produkte zusammen preisunelastisch)

Viele Güter zeigen auf lange Frist hin eine grössere Preiselastizität als kurzfristig. Z.B. reagieren Leute auf einen Anstieg der Benzinpreise recht langsam.

→ überall dort, wo für die Anpassung grössere Investitionen nötig sind, kann es Jahre dauern, bis die volle Wirkung der Preisänderung eintritt.

3.2. Die Preiselastizität und die Neigung der Nachfragekurve

In der Grafik zeigt sich die kurzfristig preisunelastische Benzinnachfrage in einer steilen Kurve. Der Preis muss stark steigen, bis sich die Menge deutlich verringert und der Preis muss stark abfallen, damit sich die Menge deutlich vergrössert.

Eine vollkommen unelastische Nachfrage würde sich in der Grafik in einer Senkrechten Geraden zeigen. Eine vollkommen elastische Nachfrage hingegen wäre die Nachfrage-
"Kurve" waagrecht.

3.3. Preiselastizität der Nachfrage und Umsatz

Umsatz = abgesetzte Menge x Preis

Ist die Nachfrage unelastisch, dann steigt der Umsatz mit dem Preis.

Bei elastischen Nachfragekurven sinkt der Umsatz mit steigendem Preis.

Ist die Nachfrage einheitselastisch, bewirken Preisänderungen keine Umsatzänderungen (Preisänderung löst eine prozentual gleich grosse Mengenänderung aus.)

3.4. Andere Elastizitäten der Nachfrage

Einkommenselastizität der Nachfrage: gibt an, wie empfindlich die nachgefragte Menge auf eine Einkommensänderung reagiert. Prozentuale Veränderung der nachgefragten Menge dividiert durch prozentuale Veränderung des Einkommens.

Bei inferioren Gütern (wie Margarine oder Tabak) führt ein höheres Einkommen zu einer niedrigeren Nachfrage. Hier ist also die Einkommenselastizität negativ.

Normale Güter hingegen werden vermehrt gekauft, wenn das Einkommen steigt, die Einkommenselastizität der Nachfrage ist darum normalerweise positiv. Hohe positive Werte erhalten wir bei Luxusgütern, die erst mit hohem Einkommen gekauft werden.

Kreuzpreiselastizität: gibt an, wie empfindlich die nachgefragte Menge auf die Preisänderung eines anderen Gutes reagiert. Prozentuale Veränderung der nachgefragten Menge dividiert durch prozentuale Veränderung des Preises eines anderen Gutes.

Substitute (Güter, die sich ersetzen können) sind Güter mit positiven Kreuzpreiselastizitäten.

Komplementärgüter (Güter, die miteinander gebraucht werden) zeigen negative Kreuzpreiselastizitäten.

3.5. Die Preiselastizität des Angebots

→ Gibt an, wie empfindlich die angebotene Menge auf eine Preisänderung reagiert.

Preiselastizität des Angebots = (prozentuale Mengenänderung):(prozentuale Preisänderung)

Die Preiselastizität des Angebots ist positiv, weil die Menge und der Preis in die gleiche Richtung zu- oder abnehmen.

Elastisch: Die Menge kann problemlos ausgeweitet werden, wenn die Preise steigen.

Unelastisch: Das Angebot lässt sich nur mit Mühe ausdehnen bei steigenden Preisen.

Einheitselastisch: Die angebotene Menge steigt stets gleich stark wie die Preise.

Allgemein können wir dort grosse Preiselastizitäten beobachten, wo die Anbieter flexibel reagieren können → 3 Faktoren

- Wie einfach ist es, zusätzliche Ressourcen zu mobilisieren?
- Sind die angebotenen Produkte lagerfähig? Können Produkte einfach gelagert werden, kann das Angebot leicht auf Preisänderungen reagieren.
- Wie lang sind die Planungs- und Produktionszeiten? (z.B. wenn ein Bauer mehr Spargeln anbauen will, muss er ein Jahr warten, bis er diese auf den Markt bringen kann)

Je länger der Zeitraum, den wir überblicken, desto elastischer wird das Angebot.

3.6. Die Preiselastizität und die Neigung der Angebotskurve

Eine preisunelastische Angebotskurve verläuft steil. Ist das Angebot vollkommen unelastisch, bleibt die angebotene Menge immer gleich, egal wie der Preis sich verändert → senkrechte Angebots-„Kurve“.

Eine einheitselastische Angebotskurve verläuft durch den Nullpunkt des Preis-Mengen-Diagramms.

Eine preiselastische Angebotskurve ist flach. Eine vollkommen preiselastische Angebots-„Kurve“ verläuft waagrecht. Die Preiselastizität des Angebots ist jedoch nicht immer konstant.

3.7. Starres Angebot und Spekulationsblasen

Es gibt gewisse Dinge, von denen es nur eine bestimmte Anzahl gibt und die nicht mehr hergestellt werden können (z.B. Bilder von Van Gogh). Käufer sind bereit, horrend Preise für diese Dinge zu bezahlen, wobei es hier vor allem um einen demonstrativen Konsum geht. Spekulation: Kauf- und Verkaufsentscheidungen beruhen auf Erwartungen über zukünftige Preise. Man orientiert sich weniger am direkten Nutzen eines Gutes, sondern beobachtet die anderen Marktteilnehmer und versucht daraus die Preisentwicklung vorauszuahnen.

Spekulanten versuchen durch Kauf und späteren Verkauf aus Preissteigerungen, die höher sind als die Zinsen für das eingesetzte Geld, einen Gewinn zu erzielen. Nun geschieht es nicht selten, dass Spekulantinnen mit ihren Käufen die Preise weit in die Höhe treiben, es entwickelt sich eine spekulative Preisblase. Und wird vermutet, die Preise seien genug gestiegen und würden nun eher fallen, verkaufen Spekulantinnen möglichst schnell mit Gewinn und tragen dazu bei, dass die Preise wieder fallen, die Spekulationsblase platzt.

Auf steigende Preise kann man nur spekulieren, wenn das Angebot für den entsprechenden Zeithorizont extrem preisunelastisch ist, d.h., falls

- das Angebot nicht ausgedehnt werden kann (z.B. Bilder von Van Gogh),
- die Neuproduktion klein ist im Vergleich zum Bestand, der im Handel ist (z.B. Gold), und
- die Produktion viel Zeit braucht, um auf Preise zu reagieren (so wird mit Kaffee spekuliert, weil die Ernten kurzfristig nicht beeinflusst werden können)

4. Produktion und Kosten – Gewinnmaximierung unter vollständigem Wettbewerb

SIEHE KAPITEL 4!!!

Grenzprodukt: Die Produktionszunahme, die durch den Einsatz einer zusätzlichen Ressourceneinheit erzielt wird.

Wird der Einsatz von variablen Ressourcen erhöht, während andere fixe Ressourcen unverändert bleiben, so kann zwar das Grenzprodukt zunächst zunehmen und dann auf hohem Niveau bleiben. Doch früher oder später werden Schranken erreicht, die bewirken, dass das Grenzprodukt abnimmt. Die Produktion, die mit zusätzlichen variablen Ressourcen erzielt werden kann, wird also immer kleiner und könnte schliesslich sogar negativ werden.

Die meisten Unternehmen sind mit steigenden Grenzkosten konfrontiert. Je mehr sie ihre Produktion ausweiten, desto schwieriger und teurer wird es, innerhalb der bestehenden fixen Produktionsanlage zu produzieren.

5. Staatliche Markteingriffe

5.1 Steuern

Der Staat erhebt Steuern...

- weil er Geld für seine vielfältigen Aufgaben braucht.
- Zudem versucht er, mit Steuern Einkommen umzuverteilen
- Schliesslich will er auch die Produktion und den Konsum gewissen Güter eindämmen.

Die Steuern werden bei den Anbietern erhoben. Diese müssen sich nun überlegen, wie viel sie davon auf die Konsumenten abwälzen wollen. Die Anbieter müssen die Preiselastizität der Nachfrage abschätzen und sich entsprechend verhalten: Wie stark würden sich die Käufe verringern, wenn die ganze Steuer auf die Preise schlagen würde?

→ Je preiselastischer die Anbieter reagieren, weil sie Alternativen haben, desto eher können sie die Steuern überwälzen - und umgekehrt.

Steuerinzidenz: Je dringender eine Seite darauf angewiesen ist, im Geschäft zu bleiben, desto grösser ist der Anteil an der Steuer, den sie zahlt.

Die Steuerinzidenz hängt von der Preiselastizität der Nachfrage und des Angebots ab. Die Steuerlast fällt stärker auf jene Seite, die preiselastischer ist, also ihre Gütermenge weniger zurücknehmen kann. Und je preiselastischer beide Seiten auf Steuer und Überwälzungsversuche reagieren, desto stärker geht die gehandelte Menge zurück.

5.2 Subventionen

Subventionen sind Zahlungen des Staates an ein Unternehmen, um die Produktion oder den Konsum eines Gutes zu unterstützen. Z.B. sind auch Steuerrabatte Subventionen.

Subventionen werden direkt an die Unternehmen ausbezahlt. Wie gross ist dann der Anreiz, mehr zu produzieren? Zusätzliches Angebot drückt die Preise und die Nachfrager können von einem Teil der Subventionen profitieren. Wie stark steigt bei sinkenden Preisen die Nachfrage? Zusätzliche Nachfrage erhöht die Preise und überlässt den Anbietern einen Teil der Subventionen.

→ Wer die Menge stärker ausdehnt, sitzt am kürzeren Hebel: Wer preiselastischer reagiert, gewinnt den kleineren Teil der Subventionen.

Je preiselastischer die beiden Seiten auf die Subventionen und Preisermässigungen reagieren, desto stärker steigt die gehandelte Menge.

5.3 Höchstpreise

Höchstpreise sind staatlich festgelegte Preisobergrenzen. Der Preis darf nicht darüber steigen, wohl aber darunter fallen.

→ Mietzinskontrollen

- Bei niedrigeren Mietzinsen besteht eine grössere Nachfrage nach (grösseren) Wohnungen.

- Die Aussicht auf kontrollierte Mietpreise bietet aber weniger Anreiz, neue Wohnungen zu bauen. Auch die Pflege und Modernisierung bestehender Wohnungen wird leiden → die Quartiere vergammeln. Je tiefer die Preise, desto weniger Wohnraum wird angeboten.
- Resultat ist ein Mangel an Wohnungen.

Es gibt dabei Gewinner und Verlierer. Diejenigen, die schon eine Wohnung haben, gewinnen. Ebenso diejenigen, die man „im Quartier haben will“, also keine Ausländer und WG's, weil der Preis, den sie bezahlen können, ja kein Kriterium mehr ist.

Der Staat muss nun also auch noch neuen Wohnraum erschaffen und dafür sorgen, dass alle eine Wohnung bekommen und niemand diskriminiert wird.

Setzt der Staat einen Höchstpreis fest, der unter dem Gleichgewichtspreis liegt, verändern sich sowohl die angebotenen wie auch die nachgefragten Mengen. Je nach Preiselastizität wird weniger angeboten und mehr nachgefragt. Die Folge ist ein Nachfrageüberschuss, eine Angebotslücke, ein Gütermangel.

Schnell entsteht ein Schwarzmarkt, wobei die Anbieter versuchen, die offiziellen Preisvorschriften zu umgehen. Und bei Mangel werden auch viele Nachfrager bereit sein, mitzumachen.

5.4 Mindestpreise

Ein Mindestpreis ist eine staatlich festgelegte Preisuntergrenze.

Werden Preise höher angesetzt als jene, die sich durch das freie Wirken von Angebot und Nachfrage ergeben hätten, sinkt die Nachfrage und steigt das Angebot. Die Folge ist ein Angebotsüberschuss, eine Nachfragerlücke.

5.5 Fazit: Marktkonforme und nichtmarktkonforme Massnahmen

Steuern und Subventionen sind marktkonforme Massnahmen, der Preismechanismus funktioniert wie bisher.

Mindest- und Höchstpreise hingegen sind typische nichtmarktkonforme Massnahmen des Staats. Der Preis wird nach unten oder oben fixiert und so kann der Marktpreis kein Gleichgewicht zwischen Angebot und Nachfrage herstellen.

6. Die Leistungen einer reinen Marktwirtschaft

6.1 Zwei Hauptakteure: Unternehmen und Haushalte

Im Unterschied zur Arbeit in Unternehmen werden Hausarbeit, Nachbarschaftshilfe und ehrenamtliche Arbeit nicht mit Geld vergütet. Geld wird zur Verrechnung von Leistungen in anonymen Beziehungen verwendet. Innerhalb eines Haushalts, unter Freunden und Verwandten, sowie in Vereinen bestimmen eher Solidarität und Tradition, wer welche Arbeit ausführt.

6.2 Haushalte als Eigentümer der Ressourcen

Der grösste Teil des Bodens und die meisten Kapitalgüter gehören direkt oder indirekt privaten Haushalten → Privatkapitalismus

Faktormärkte: Auf diesen Märkten werden den Unternehmen von den Haushalten die drei Produktionsfaktoren Arbeitsleistung, Kapitalgüter und Boden angeboten. Auf den Faktormärkten treten die Unternehmen als Nachfrager auf. Können Unternehmen mehr produzierte Güter verkaufen, brauchen sie auch mehr Produktionsfaktoren.

→ Die Nachfrage der Unternehmen nach Produktionsfaktoren leitet sich ab aus der Nachfrage der Haushalte nach Konsumgütern (abgeleitete Nachfrage)

6.3 Arbeitsmärkte

Haushalte bieten Arbeitskraft an, Unternehmen fragen sie nach.

→ Auch bei Lohn und Arbeitskräften gibt es eine Angebots- und Nachfragekurve mit einem Gleichgewichtslohn und einer Gleichgewichtsmenge.

Es werden so viele Arbeitskräfte eingestellt, bis der Wert ihres Grenzprodukts mit dem Lohn übereinstimmt. Das Unternehmen zahlt keinem seiner Angestellten mehr als den Wert ihres Grenzprodukts. Und herrscht auf den Arbeitsmärkten Wettbewerb, können die Arbeitskräfte diesen Lohn auch verlangen. Der Lohn einer Arbeitskraft ist damit so hoch wie der Wert ihres Grenzprodukts.

6.4 Kapitalmärkte

Kapitalgüter sind alle von Menschen hergestellten Waren und Dienstleistungen, die zur Produktion verwendet werden. Der grösste Teil davon gehört direkt oder indirekt den Haushalten.

Direkte Verfügung: Haushalte vermieten Unternehmen Büroräumlichkeiten...

Indirekte Verfügung: Anstatt selber Kapitalgüter zu kaufen und diese den Unternehmen zu überlassen, stellen die Haushalte den Unternehmen ihr Erspartes gegen Zins zur Verfügung. Mit dem Geld erwerben dann die Unternehmen die Kapitalgüter selbst.

Auf der Angebotsseite stehen die Haushalte, die ihre Spargelder anbieten. Je höher der Zins, desto grösser der Anreiz zum Sparen und desto höher das Angebot an Spargeldern.

Unternehmen wollen nur Investitionen tätigen, die einen so grossen Ertrag abwerfen, dass damit zumindest die Zinsen gedeckt werden können. Sinkt das Zinsniveau, werden mehr Investitionen (Einsetzen von Geldern für den Aufbau von Kapitalgütern) rentabel, und mehr Spargelder werden nachgefragt.

Inflationserwartung, Risiko und Laufzeit

Die Inflation bewirkt eine Verminderung des Wertes von Spargeldern. Für den Wertverlust wollen die Geldgeber entschädigt werden. Je höher die erwartete Inflation, desto höhere Zinsen wollen sie. Auf der anderen Seite sind die Unternehmen bei höheren

Inflationserwartungen auch zu höheren Zinsen bereit, denn sie wissen ja, dass die Inflation ihre Schulden verringert → die Angebots- und Nachfragekurve verschiebt sich nach oben.

Die Zinsen steigen und fallen mit der erwarteten Inflation

Es kann auch mal sein, dass ein Sparer sein Geld nicht zurückbekommt, weil der Schuldner zahlungsunfähig wird. Der Zins ist also viel höher für unsichere Geschäfte als für sichere → Risikoprämie

Das Risiko steigt mit der Laufzeit der Schuld. Die langfristigen Zinsen sind also höher als die kurzfristigen. Geldgeber wollen entschädigt werden, wenn sie länger nicht über ihr Geld verfügen können. Und für die Investoren macht die längere Verfügbarkeit des Geldes einen Kredit wertvoller. Darum sind sie bereit, für Kredite mit längeren Laufzeiten höhere Zinsen zu bezahlen.

Zinsengeschäft der Banken

Die Banken vermitteln zwischen den Sparern und den Investoren. Sie sammeln die vielen Sparströme in Sparkonti und leiten sie den investierenden Unternehmen in Form von Bankkrediten zu. Die Bank erhebt aber einen Zins, der höher ist, als der, den die Sparer bekommen. Diese Zinsmarge dient der Sicherheit, weil die Banken ja auch riskieren, dass die Unternehmen Konkurs gehen.

Obligationen

Für Sparer, die ihr Geld direkt einem Unternehmen oder dem ebenfalls investierenden Staat ausleihen, geben die Unternehmen und Staaten Obligationen heraus. Das sind Wertpapiere mit einem bestimmten Nominalwert, einer festgelegten Laufzeit und einem für die ganze Laufzeit fixen jährlichen Zinssatz. Am Ende der angegebenen Laufzeit wird dem Sparer der Nominalwert zurückbezahlt und bis dahin erhält er jedes Jahr den gleichen Zins.

→ Emissionsmarkt/Primärmarkt für Obligationen. Mit einer Obligation ist das Ersparte für eine fixe Zeit gebunden. Will der Anleger früher über sein Geld verfügen können, muss er einen anderen Anleger suchen, der ihm seine Obligation für die Restlaufzeit abkauft

→ Obligationenbörse/Sekundärmarkt für Obligationen

Aktien

Am Primärmarkt für Aktien bietet ein Unternehmen den Anlegern Aktien an. Mit dem Kauf einer Aktie beteiligt sich ein Anleger direkt an einem Unternehmen, er wird zusammen mit allen anderen Aktionären Inhaber des Unternehmens. Auch Aktien haben einen Nominalwert. Jedes Jahr wird eine Dividende ausbezahlt, deren Höhe sich danach richtet, wie hoch der Gewinn ist, den das Unternehmen erwirtschaftete.

Die Aktien, die ein Unternehmen auf dem Primärmarkt ausgibt, nimmt es in der Regel nicht zurück. Die Aktionäre müssen die Aktien auf dem Sekundärmarkt weiterverkaufen, um wieder zu ihrem Geld zu kommen.

Je grösser die Gewinne eines Unternehmens, desto begehrt sind dessen Aktien – ihr Kurs steigt.

Aktien spekulanten orientieren sich nicht nur an den mutmasslichen zukünftigen Gewinnen. Sie beobachten vor allem die Auf- und Abwärtsbewegungen selber. Sie wollen Aktien kaufen, um sie nachher teurer zu verkaufen. Dazu schauen sie auch „seitwärts“ was die anderen machen. Es kann sich eine spekulative Preisblase bilden. In so einer Spekulationsblase mitzuziehen ist sehr lukrativ, allerdings muss man aussteigen, bevor die Blase in einem Börsencrash platzt.

6.5 Bodenmärkte

Bodenrente: Entgelt für die Nutzung des Produktionsfaktors Boden.

Je besser der Boden geeignet ist für die Produktion und den Verkauf, je höher der Wert des Grenzproduktes des Bodens, desto höher die Bodenrente.

Boden kann auch gekauft werden: Je höher die Bodenrente, desto höher der Bodenpreis.

Wer Eigentümer von Land ist, hält auch alle zukünftigen Bodenrenten in der Hand. Darum muss er sich fragen, welche Bodenrenten in der Zukunft erzielt werden. Dabei verfügt der Bodeneigentümer über eine unvermehrte Ressource.

Boden wird im Vergleich zu den vermehrbaren Ressourcen immer knapper. Deshalb steigen die Bodenpreise langfristig stärker als die meisten anderen Preise → so wird Boden nicht verschwendet

6.6 Umweltgüter

Hier fehlen oft die Verfügungsrechte, die Luft gehört z.B. niemandem. Ressourcen, die allen frei zur Verfügung stehen, werden weder gepflegt noch bestmöglich genutzt, sondern verschwendet und übernutzt.

→ Allmende-Problem

Der fehlende oder zu niedrige Preis täuscht einen Überfluss vor, der nicht vorhanden ist. Stellt eine Gesellschaft Güter frei oder fast gratis zur Verfügung, ist dies eine Einladung zur Verschwendung.

6.7 Beziehungen zum Ausland

Es gibt auch eine internationale Arbeitsteilung. Manche Staaten sind in bestimmten Tätigkeiten besonders leistungsfähig, weil die natürlichen Voraussetzungen gut sind oder weil sie sich ein spezielles Know-how angeeignet haben.

In der EU gibt es die 4 Freiheiten: der freie Verkehr von Waren, Dienstleistungen, Kapital und Menschen.

Seite 106 ff.: Zusammenfassung!!!

7. Externe Effekte

7.1 Was sind externe Effekte?

Private Güter: Güter, deren Produktion und Konsum praktisch keine externen Effekte hervorrufen.

Externe Kosten, negative externe Effekte: Schäden und Kosten, die sich nicht in den Marktpreisen widerspiegeln und auf Aussenstehende abgewälzt werden (z.B. kaufe ich mir eine Jeans. Das Färben der Jeans hat einen Bach verseucht, Fische sind gestorben und die Fischer dadurch geschädigt).

Externe Nutzen, positive externe Effekte: Unentgeltliche Nutzenstiftungen an Aussenstehende, an Trittbrettfahrer (nutzen Güter, ohne dafür zu bezahlen, z.B. kann ich mich auch am gepflegten Garten des Nachbarn erfreuen).

Externe Effekte entstehen dort, wo Geschädigte sich nicht abgrenzen und Nutzenstifter andere nicht ausschliessen können. Beides geschieht dort, wo es schwierig ist, Verfügungsrechte festzulegen und durchzusetzen, oder wo man dies bisher versäumt hat.

7.2 Wie führen externe Kosten die Marktwirtschaft in die Irre?

Gesamtgesellschaftliche Kosten = private interne Kosten + externe Kosten (z.B. beim Fliegen sind die internen Kosten die Ticketpreise, die Löhne der Piloten, Essen, Wartung, Treibstoff... die externen Kosten sind der Fluglärm, den die Passagiere nicht bezahlen und auf die Anwohner abwälzen). Für die Fluggesellschaft und die Kunden geht die Rechnung auf, aber gesamtgesellschaftlich gesehen fliegen wir zu viel. Die Kosten, die von der Gesamtgesellschaft getragen werden müssen (die Kosten der Verursacher und der Aussenstehenden zusammen), übersteigen den gesamtgesellschaftlichen Nutzen. Wenn externe Kosten auftreten, werden nicht nur Rechte verletzt, sondern zusätzlich die knappen Ressourcen nicht mehr effizient genutzt.

→ Treten externe Kosten auf, sind die Preise zu tief und die Menge zu hoch.

Wo externe Kosten auftreten, versagt die Marktwirtschaft also gleich zweifach:

- Erstens werden Kosten auf (rechtlich ungenügend geschützte) Dritte überwältigt – das Marktresultat ist nicht leistungsgerecht.
- Zweitens wird das Resultat ineffizient, weil die Preise die Knappheit von Ressourcen zu wenig widerspiegeln. Mit zu tiefen Preisen werden die knappen Ressourcen verschwenderisch eingesetzt.

Bei Gütern mit bedeutenden externen Nutzen können Trittbrettfahrer kaum ausgeschlossen werden (z.B. stellt privates Unternehmen Strassenlampen auf, alle werden sich ab dem Licht erfreuen, doch niemand wird etwas dafür bezahlen). Die Produzenten von Gütern mit externen Nutzen empfinden das als nicht leistungsgerecht. Solche Güter werden von privaten Unternehmen nur in unzureichenden Mengen oder gar nicht produziert, wenn kaum jemand einen kostendeckenden Preis zahlt.

Ausschliessbarkeit: Der Besitzer eines Gutes kann andere von der Nutzung ausschliessen, und mögliche Geschädigte können sich abgrenzen.

Auch dort, wo externe Nutzen anfallen, versagt die Marktwirtschaft zweifach:

- Erstens profitieren Trittbrettfahrer gratis von Leistungen – und wo es etwas gratis zu gewinnen gibt, ist die Welt nicht leistungsgerecht
- Zweitens wird das Resultat ineffizient. Weil für Güter mit grossen externen Nutzen kein angemessener Preis verlangt werden kann, ist ihre Produktion gering.

7.3 Öffentliche Güter

= Güter mit bedeutenden externen Nutzen, sodass Trittbrettfahrer nicht ausgeschlossen werden können. Weil nicht von allen Begünstigten ein ausreichender Preis eingefordert werden kann, bieten gewinnmaximierende Unternehmen öffentliche Güter nicht in ausreichenden Mengen an.

Nicht-Rivalität: Nutzt jemand ein öffentliches Gut, beeinträchtigt er dabei niemand anderen in der Nutzung des gleichen Gutes.

Öffentliche Ungüter: Güter mit sehr grossen externen Kosten. Ihre externen Kosten verbreiten sich so leicht, dass sich kaum jemand ausschliessen kann. Wir alle sind hier forced riders, so etwas wie Zwangsmitfahrer.

7.4 Pekuniäre externe Effekte

= Effekte, die nicht am Markt vorbeiwirken, sondern eine Folge des Wettbewerbs auf den Märkten sind und Auswirkungen auf andere Märkte haben; Eröffnung und Vernichtung von Marktchancen.

z.B. profitiert ein Coiffeursalons von einer neuen Wohnüberbauung, die ihm zusätzliche Kunden bringt. Jedoch wird er beeinträchtigt durch die Eröffnung eines neuen Salons, der ihm Konkurrenz bietet.

→ Wo Marktchancen geschaffen werden, profitiert man von pekuniären externen Nutzen – und wem Marktchancen zerstört werden, der leidet unter pekuniären externen Kosten.

Deutlich anders die echten externen Kosten und Nutzen: Sie wirken am Markt vorbei.

Während die echten, technischen externen Effekte die bestmögliche Nutzung der Ressourcen verhindern, sind die pekuniären externen Nutzen und Kosten eine erfreuliche oder schmerzliche Folge auf dem Weg zur bestmöglichen Nutzung.

7.5 Kollektive Anstrengungen für externe Nutzen

Güter, die grosse externe Nutzen verströmen, sind für Unternehmen, die ihre Produkte auf Märkten verkaufen wollen, ein schlechtes Geschäft. Zu viele Trottbrettfahrer können sich gratis bedienen. Interessierte Unternehmen und Haushalte müssen sich zur Finanzierung solcher Güter zusammenschliessen → Kooperation

z.B. Strassenbeleuchtung in einem Quartier: Anwohner bezahlen vielleicht einen Teil durch Solidarität oder Druck der Nachbarn. Es helfen evtl. gemeinnützige Vereine. Sportanlagen oder Spielplätze werden oft durch Sportausrüster finanziert, dies im Rahmen der Werbung.

Güter mit bedeutenden externen Nutzen werden in der Regel von einer Interessengemeinschaft (meist vom Staat) zur Verfügung gestellt.

Der Staat gibt dem Marktsystem einen sicheren Rahmen.

7.6 Umweltpolitik

= alle staatlichen Massnahmen, die den Schutz und die bestmögliche Nutzung der Umweltgüter zum Ziel haben.

1. Klare Verfügungsrechte festlegen: Wo immer möglich, soll der Staat Verfügungsrechte eindeutig zuteilen. Dann finden die Kontrahenten selber eine Verhandlungslösung, die ihren Interessen dient und die Ressourcen bestmöglich nutzt – wenn Verhandeln nicht allzu grosse Kosten (Transaktionskosten) verursacht → Coase-Theorem
2. Appelle an die Moral der Verursacher
3. Gebote und Verbote (Problem: Verbote werden massenweise überschritten. Vollzugskrise)
4. Preise für Umweltgüter: Für den Verschleiss von Umweltgütern soll ein angemessener Preis erhoben und den Verursachern angelastet werden. Mit Umweltabgaben erscheinen die externen Kosten in den Kostenrechnungen von Unternehmen und Konsumenten. Umweltkosten sind dann nicht mehr externe, sondern interne Kosten. Die externen Kosten wurden internalisiert → Pigou-Steuer (Steuer in der Höhe der externen Kosten)

Standard-Preis-Ansatz: Methode, um Umweltabgaben zu ermitteln. Die Abgabe muss so hoch sein, dass ein festgelegter Mengengrenzwert nicht überschritten wird (von einem Umweltstandard ausgehen und sich dann an den Preis herantasten).

→ 2 Arten, die Höhe der Umweltabgaben zu bestimmen:

- Nach Schadenhöhe: Wir schätzen die externen Kosten und bemessen die Höhe der Pigou-Steuer danach.
- Nach Standard-Preis-Ansatz: Wir legen den zulässigen Verschmutzungsstandard fest und erhöhen dann die Umweltabgaben, bis die festgelegten Immissionsgrenzwerte eingehalten werden.

Bleibt man beim ökologischen Ziel, würde das ganze eingezogene Geld in vollem Umfang wieder an die Bevölkerung zurückverteilt. Die Wirtschaft soll zur Besseren Nutzung der Ressourcen angehalten werden, nicht dem Staat zu mehr Einnahmen verholfen: fiskalquotenneutrale Abgaben.

- Rückzahlung an die Geschädigten → problematisch
- Rückzahlung pro Kopf
- Ökologische Steuerreform: Verringerung bestehender Steuern → einfach

Ziel von Umweltabgaben ist nicht eine zusätzliche Steuerbelastung, sondern eine Umverteilung der Steuerlast. Umweltschädliche Aktivitäten sollen teurer, umweltschonende billiger werden. Wer die Umwelt überdurchschnittlich verschmutzt, wird Geld verlieren. Wer hingegen die Umwelt schonender behandelt als der Durchschnitt, wird finanziell profitieren. Der Rückzahlungsmodus bestimmt in hohem Masse, wie stark Einkommen umverteilt werden.

8. Marktmacht

Vollständige Konkurrenz:

1. Zahlreiche Anbieter und Nachfrager
 2. Die angebotenen Güter müssen alle die gleiche Qualität haben, sodass es den Käufern gleichgültig ist, wo sie kaufen
 3. Alle Marktteilnehmer müssen über Qualität und Preise der gehandelten Güter informiert sein
 4. Den Unternehmen muss es frei stehen, in den Markt einzutreten oder ihn zu verlassen
- sind alle 4 Voraussetzungen erfüllt, muss ein Unternehmen den Preis als gegeben hinnehmen

In Wirklichkeit sind kaum je alle Voraussetzungen erfüllt. Unternehmen haben einen Spielraum beim Festlegen des Verkaufspreises (können wählen, ob sie zu tieferen Preisen etwas mehr oder zu höheren Preisen etwas weniger anbieten wollen).

Marktmacht: Fähigkeit, den Preis zu beeinflussen

Je weniger Wettbewerb ein Unternehmen erfährt, desto grösser ist sein Spielraum beim Festsetzen des Preises und desto grösser ist die Marktmacht. Der Extremfall wäre ein Monopol.

8.1 Bestimmungsgründe für Marktmacht

Kartell: vertragliche Abmachungen zwischen rechtlich selbständigen Unternehmen, um untereinander den lästigen Konkurrenzkampf zu verringern oder auszuschalten.

Absprache / Kollusion: informelle Abmachungen zwischen Unternehmen, um den Wettbewerb zu verringern oder auszuschalten (→ Frühstückskartell)

Unternehmenszusammenschlüsse: Ein Unternehmen kauft ein anderes oder 2 Unternehmen fusionieren. Ziel: Ausschaltung des Wettbewerbs und Erhöhung der Marktmacht

Oligopol: ein Markt, auf dem nur einige wenige Unternehmen ein gleiches oder ähnliches Produkt anbieten. Auch hier kommt den einzelnen Unternehmen eine grosse Marktmacht zu.

Monopol: Ein einziges Unternehmen bietet ein Gut an, zu dem es keine nahen Substitutionsgüter gibt.

Wer ein Produkt verkaufen kann, welches sich von den anderen unterscheidet, hat Marktmacht. Je einmaliger ein Produkt, je weniger es durch andere ersetzt werden kann, desto grösser die Marktmacht. Aber auch: Je besser der Standort eines Geschäfts, desto grösser die Marktmacht.

Je höher die Informationskosten im Vergleich zum Kaufpreis, desto geringer der Anreiz für die Käufer, sich umzusehen, und desto grösser die Marktmacht der Verkäufer (ich will nicht erst alle Läden abklappern, um jedes Produkt in dem Laden kaufen, in dem es am billigsten ist, ich kaufe dann die meisten Produkte im gleichen Laden, auch wenn ich vielleicht nach langem Suchen einen Laden finden würde, wo die Zahnpasta noch billiger ist). Alle möglichen vom Kunden geschätzten Unterschiede geben dem Verkäufer eine gewisse Kontrolle über den Preis. Der Verkäufer könnte den Preis erhöhen und trotzdem noch Kunden behalten, die sein Produkt dem Konkurrenzprodukt vorziehen. Und umgekehrt könnte er mit einem niedrigeren Preis einige, aber nicht alle Kunden von der Konkurrenz abwerben.

Monopolistische Konkurrenz: Markt ohne nennenswerte Zutrittsbarrieren, auf dem viele Unternehmen ähnliche, aber nicht gleiche Produkte anbieten (z.B. Nestlé mit Frigor, Migros mit Giandor, Lindt mit Lindor...). Der Verkäufer hat einen gewissen Einfluss auf seinen Verkaufspreis, weil er ein differenziertes Gut anbietet. Doch die Marktmacht ist eingeschränkt durch Konkurrenten, die Substitute anbieten. Zudem können jederzeit neue Unternehmen auftreten.

Monopolgewinne locken Konkurrenten an. Profitable Marktmacht ist nur von Dauer, wenn die Konkurrenz abgewehrt werden kann, entweder durch künstliche Zutrittsbarrieren oder durch natürliche Vorteile des Monopolisten.

Künstliche Marktzutrittsbarrieren: Die häufigsten Schutzmauern für Monopole werden vom Staat errichtet: Patente, Copyrights, staatseigene Monopole... Aber auch durch Handelshemmnisse wird die Marktmacht geschützt (Verteuerung von importierten ausländischen Konkurrenzgütern oder mengenmässige Einschränkung). Auch privater Zwang kann die Stellung eines Monopolisten stärken (organisiertes Verbrechen...)

Als natürliche Barrieren wirken z.B. hohe Zutrittskosten (grosse Investition in Neubau einer Anlage, Werbung) und grösser werdende Skalenerträge (eine Firma mit einer guten Anlage kann viel produzieren, wobei das Produktionsergebnis überproportional zum Einsatz aller

Ressourcen steigt. Ein neues Unternehmen muss, um im Preis mitzuhalten, auch von Anfang an grosse Mengen produzieren können).

Natürliches Monopol: Ein einziges Unternehmen kann die bestehende Nachfrage kostengünstiger befriedigen als 2 oder mehrere Unternehmen. Würde die Produktion auf mehrere Unternehmen aufgeteilt, hätte jedes der kleineren Unternehmen höhere Durchschnittskosten. Bei sehr stark steigender Nachfrage kann es sein, dass die Durchschnittskosten des einen Unternehmens dann plötzlich steigen. Dann kann es für ein anderes Unternehmen lukrativ sein, ebenfalls in das Geschäft einzusteigen → Konkurrenz, Oligopol

Netzeffekt: Ein Produkt ist für einen einzelnen Anwender umso wertvoller, je mehr andere Anwender dieses Produkt ebenfalls nutzen (z.B. Kreditkarten bringen uns erst etwas, wenn sie an vielen Orten akzeptiert werden, gewisse Datenträger benutzen wir erst, wenn sie von vielen Geräten gelesen werden können...).

→ wo Netzeffekte auftreten, wo also für den Kunden der Wert eines Produkts mit seiner Verbreitung steigt, begünstigt die Nachfrageseite Monopolisierungstendenzen.

Die Kunden wollen untereinander kompatibel kommunizieren → sie kaufen das Produkt, dass sich voraussichtlich durchsetzen wird.

8.2 Gewinnmaximierung mit Marktmacht

Jede Nachfragekurve hat eine entsprechende Grenzümsatzkurve. Herrscht vollständige Konkurrenz, steht jedes Unternehmen vor einer horizontalen Nachfragekurve. Es kann dann jede Menge zum gegebenen Preis verkaufen, der Grenzümsatz entspricht dem vorgegebenen Preis, die Grenzümsatzkurve liegt auf der horizontalen Nachfragekurve. Hat ein Unternehmen hingegen einen gewissen Einfluss auf den Preis, ist die Nachfragekurve nach rechts unten geneigt. Dann kann die Menge nur dank Preiskonzessionen für die gesamte Menge ausgedehnt werden. Die Grenzümsatzkurve liegt somit unter der Nachfragekurve. Im preisunelastischen Teil der Nachfrage nimmt der Umsatz mit sinkendem Preis sogar ab, der Grenzümsatz ist dort negativ.

Im Fall von Marktmacht gilt die gleiche Regel wie bei vollständiger Konkurrenz: Wer den Gewinn maximieren will, dehnt seine Produktion aus, bis die Grenzkosten den Grenzümsatz erreichen. Ist jedoch die Nachfrage geneigt (sinkt also der Preis mit grösserer Menge), fällt die Grenzümsatzkurve schneller ab als die Nachfragekurve (während bei vollständiger Konkurrenz der Grenzümsatz ja dem herrschenden Preis entspricht).

Cournot-Punkt: Der Punkt auf der Nachfragekurve, welcher die gewinnmaximale Kombination von Menge und Preis für das Unternehmen angibt.

Auch ein Monopolist maximiert seinen Gewinn, indem er diejenige Menge verkauft, bei welcher der Grenzümsatz den Grenzkosten entspricht. Dabei ist der Preis auf der Nachfragekurve (anders als bei vollst. Konkurrenz) höher als der Grenzümsatz und die Grenzkosten.

Wer im monopolistischen Wettbewerb steht, hat zwar, ebenso wie ein Monopol, einen Einfluss auf seinen Verkaufspreis. Doch der freie Marktzutritt garantiert für einen weitreichenden Unterschied: Auf lange Sicht werden keine Gewinne gemacht. Um Gewinne zu machen, muss ein Unternehmen ständig neue Produkte und neue Verfahren einführen... Innovatoren (Neuerer) und Imitatoren treiben sich so gegenseitig an.

Zwar könnten die Oligopolisten den Preis und (zusammen) den Gewinn eines Monopolisten erzielen, wenn es ihnen gelänge, zusammenzuspannen. Doch für einen einzelnen würde es sich durchaus lohnen, mit etwas tieferen Preisen den Rivalen Kunden abzujagen oder sie gar zu ruinieren. Kooperation wäre also einträglich, sie kann aber jederzeit durch ausscherende Unternehmen gefährdet werden.

Ein Preiskartell setzt die Preise fest. Der Kunde kann immer noch unter den Produkten der verschiedenen Kartellmitglieder wählen, doch preislich kann er nicht ausweichen. Ein Gebietskartell teilt das Marktgebiet unter seinen Mitgliedern auf. Hier kann der Kunde nicht einmal unter verschiedenen Produkten auswählen, jeder Kartellist hat in seinem Bereich ein Monopol.

Preisdifferenzierung: Gleiche Produkte werden an verschiedene Kunden zu unterschiedlichen Preisen verkauft (z.B. Studentenrabatt, Cumulus-Karte, billigere Flüge am Sonntag...)

8.3 Wettbewerbspolitik

Der Staat versucht den Wettbewerb vor allem gegen grobe Verletzungen zu schützen: Wenn der Wettbewerb durch Absprachen und Kartelle verhindert wird und wenn Konzentrationstendenzen in die Nähe eines Monopols führen.

Die Auswirkungen von Monopolen sind vielfältig:

- Gewinne auf Kosten der Kunden
- Verschlechterte Güterversorgung durch künstliche Knappheit: Höhere Preise kann ein Monopolist nur verlangen, wenn er die Menge einschränkt und somit eine künstliche Knappheit schafft. Damit verschlechtert er die Güterversorgung
- Geringerer Leistungsanreiz: Anreiz und Druck zu verbesserter Leistung fallen weg. Durch Kartelle werden Strukturen bestehender Märkte geschützt, sodass neue Entwicklungen verpasst werden. Dafür werden mehr Ressourcen in die politische Absicherung von Marktmacht gesteckt → unproduktives Suchen nach Vorteilen durch politische Einflussnahme („rent seeking“). Aber: Die Aussicht auf eine Monopolstellung und Extragewinne spornt die Forschung und die Entwicklung von neuen Produkten und Herstellungsverfahren an. Darum schützt der Staat Neuerungen mit Patenten und Copyrights gegen Trittbrettfahrer und verhilft so erfindungsreichen Unternehmen zu zeitlich begrenzten Monopolstellungen für einzelne Produkte und Verfahren.
- Machtkonzentration, geringe Vielfalt

Wie aber kann der Staat den Wettbewerb schützen?

Eine gute Möglichkeit ist die Offenhaltung des Marktes für Newcomer. Wenn neue Unternehmen in den Markt einsteigen können, motiviert das die bestehenden zu mehr Anstrengung. Die Liberalisierung des Welthandels ist eine wirksame Wettbewerbspolitik, weil der Umfang von möglichen Konkurrenten aus dem Ausland erweitert wird.

Wenn Kartelle den Wettbewerb beschränken, sind sehr hohe Bussen möglich. Dies ist jedoch für den Staat nicht einfach zu erkennen und umzusetzen.

9. Informationsprobleme

9.1 MORAL HAZARD UND ADVERSE SELEKTION

Asymmetrische Information: Die Person auf der einen Seite des Handels weiss mehr über das, was gekauft und verkauft wird, als die andere Seite.

Prinzipal-Agent-Problem: Delegiert ein Auftraggeber (Prinzipal) eine Aufgabe an einen Auftragnehmer (Agent), ist unsicher, wie weit ein Agent mit einem Wissensvorsprung im Interesse des Prinzipals handelt.

Moral hazard: Verborgenes Verhalten (nach Vertragsabschluss). Durch die Versicherung nicht beobachtbar, ändern Versicherte ihr Verhalten. Sie werden nachlässiger beim Abwenden von Schäden, sie gehen höhere Risiken ein. Die Versicherungsgesellschaft weiss aber nicht, wer sich fahrlässiger verhält und wer nicht.

→ 2 Folgen: Nachlässige Versicherte wälzen Kosten auf Versicherungsgesellschaften ab und es treten mehr Schäden auf (unsorgfältige Nutzung knapper Ressourcen).

Die Versicherungsgesellschaft versucht also, ihren Informationsrückstand aufzuholen (Überwachung...). Zudem muss sich der Kunde auch an den Kosten beteiligen (Selbstbehalt, Bonus-Malus-System...).

Wo Versicherungsgesellschaften (vor Vertragsabschluss) so wenig über ihre Kunden wissen, dass es ihnen nicht gelingt, die Prämien dem versicherten Risiko entsprechend zu gestalten, kommt ein negativer Selektionsprozess in Gang. Gute Risiken wandern ab und schlechter Risiken nehmen im Versicherungsbestand zu.

→ adverse Selektion, negative Auslese: Wenn eine Marktseite wichtige Eigenschaften eines Produktes oder eines Schuldners nicht kennt (asymmetrische Information), können Preise oder Zinsen nicht entsprechend der Qualität gestaltet werden und gute wird von schlechter Qualität verdrängt.

9.2 WELCHEN WERT HAT WERBUNG?

Durch Werbung erhalten die Kunden den Eindruck, Markenartikel seien besser, was sie aber manchmal gar nicht sind.

Demnach entstehen mit der Werbung nicht nur volkswirtschaftlich unnötige Kosten, Markenartikel verführen auch zu falschen Entscheiden.

Auch die aufwendig betriebene Werbung ohne Bezug zur Qualität des Produktes ist eine Antwort auf die asymmetrische Information. Die Firma signalisiert, dass sie stark an das eigene Produkt glaubt und will, dass dies die Kunden auch tun.

Werbung hat aber auch einen Einfluss auf den Wettbewerb:

- Wo Werbekosten den Markteintritt erschweren, verringern sie den Wettbewerb.
- Wenn Werbung Markenloyalität festigt, trägt sie zu Marktmacht bei.
- Ohne Werbung wäre der Marktzutritt für neue Firmen jedoch oft schwieriger.

9.3 MANIPULATION?

Wenn die Verkäufer uns mit ihren suggestiven Bildern und Slogans an unseren schwachen Stellen treffen, können wir uns natürlich nicht mehr als unabhängige Konsumenten bezeichnen. Indem Suggestivwerbung versucht, die Mündigkeit der Marktteilnehmer zu verringern, ist sie daran, eine wichtige Grundlage des Marktmechanismus zu zerstören.
→ Eine grössere Güterproduktion führt zwar in der Regel zu einer besseren Erfüllung unserer Konsumwünsche. Aber wir können nicht naiv davon ausgehen, eine grössere Gütermenge befriedige auch automatisch unsere Bedürfnisse (nach Maslow) besser.

9.4 KOLLEKTIVE INFORMATIONSBESCHAFFUNG UND –VERMITTLUNG

Viele Informationen haben die Eigenschaften von öffentlichen Gütern (sind sie einmal veröffentlicht, können alle sie nutzen, Trittbrettfahrer können profitieren...)
Auf Märkten mit funktionierendem Wettbewerb und vielen informierten Teilnehmern haben die Preise einen hohen Informationsgehalt (die besseren Güter sind halt auch teurer...)
Für einzelne Marktteilnehmer lohnt es sich oft nicht, alle nötigen Informationen selber zusammenzusuchen. Darum springen hier kommerzielle Medien und Interessenverbände in die Lücke. Sie leisten einen wertvollen Beitrag zur Markttransparenz.

Auch der Staat verhilft zu mehr Markttransparenz, indem er z.B. Medikamente testet, Qualitäts- und Sicherheitsstandards einführt usw.

Damit Konsumenten nicht mit unfairen Methoden manipuliert werden können, hat der Staat das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb erlassen, wobei „jedes täuschende oder in anderer Weise gegen den Grundsatz von Treu und Glauben verstossende Verhalten“ verboten ist.

Auch Schleichwerbung (die als Werbung nicht sofort erkannt wird) und die manipulierend wirkt, ist in vielen Staaten verboten.

Hilflos ist man gegenüber Product Placement (dem Vorkommen von Markenartikeln in Filmen).

Die schwachen Seiten der Bürger wird im Speziellen bei Suchtmitteln wie Zigaretten und Alkohol und bei Medikamenten geschützt. In der CH ist Publikumswerbung für rezeptpflichtige Medikamente verboten.

10. Sozialpolitik

10.1 BEGRÜNDUNG UND ZIELE

Wenn einzelne Bevölkerungsschichten mehr Geld haben als die anderen, führt das zu einem Gefühl der Ungerechtigkeit. Märkte können auch funktionieren, wenn das Resultat als ungerecht erachtet wird. Aber auch das marktwirtschaftliche System ist darauf angewiesen, dass es von der Mehrheit gutgeheissen und mitgetragen wird.

Sozialpolitik ist der Versuch, die Marktwirtschaft mit staatlichen Massnahmen in Richtung mehr Sicherheit, Gerechtigkeit und gesellschaftlicher Stabilität zu korrigieren.

1. Schutz vor Risiken
2. Hilfe für die Armen
3. sozialer Ausgleich

Es gibt 3 Vorstellungen darüber, wie knappe Güter gerecht verteilt werden können:

1. Leistungsgerechtigkeit:
Die Belohnung soll der Leistung entsprechen, die für die Gesellschaft erbracht wird. Damit sind die Anreize, die zum Funktionieren der Marktwirtschaft wichtig sind, erreicht. Aber: Nicht alle Menschen sind genügend leistungsfähig, um ihren Lebensunterhalt aus eigener Kraft zu bestreiten.
2. Bedarfsgerechtigkeit:
Danach hat ein Mensch Anrecht auf das, was er braucht. Braucht jemand mehr, weil er z.B. krank ist, erhält er entsprechend mehr. Würden aber alle Menschen nach ihren Bedürfnissen entschädigt, fiel der Anreiz weg, seine Ressourcen dafür einzusetzen, wo man am besten dafür bezahlt wird. Es gibt die Theorie des Minimalbedarfs, wonach jeder ein minimales Einkommen erhält, unabhängig von seinen Leistungen
3. Gleichheit:
Alle werden gleich entlohnt, egal was sie leisten. Es verbreitet sich das Gefühl, Leistung werde zu wenig entlohnt und die Leistungsbereitschaft zerbröckelt. Anreize zur Anstrengung würden zerstört.

Um sozial Schwächeren zu helfen und Risiken aufzufangen, gibt es 4 Strategien:

1. Gesetzlicher Schutz:
Für solche mit starker Marktposition werden Verpflichtungen festgelegt und für schwache Marktteilnehmer Schutzbestimmungen erlassen
→ Arbeitsschutz, Mieterschutz, Konsumentenschutz...
Es gibt jedoch auch hier Verlierer, nämlich diejenigen, die genau wegen diesem Schutz nicht eingestellt werden. Darunter befinden sich diese, die auf dem Arbeitsmarkt besonders benachteiligt sind.
2. Das Sozialversicherungssystem:
In der Regel sind Sozialversicherungen obligatorisch, damit nicht die Reichen ausscheren und die Solidarität unter den Versicherten gewährleistet ist. Die Leistung entspricht meist nicht direkt den einbezahlten Prämien.
3. Meritorische Güter:
Güter, die nach Ansicht der Gesellschaft ein Mensch, unabhängig von seiner Leistung, verdient – die aber bei marktwirtschaftlicher Zuteilung nicht alle kaufen könnten oder wollten. Sie werden bedürftigen oder allen Menschen durch einen fürsorglichen Staat verbilligt oder gratis angeboten (Gesundheitspflege, Wohnen, Schulbildung, Kinderbetreuung...). Meritorische Güter können zwar auch von allen genutzt werden, es besteht aber im Gegensatz zu öffentlichen Gütern Rivalität.
Demeritorische Güter sind solche, vor denen nach Ansicht der Gesellschaft Menschen geschützt werden sollen (Tabak, Alkohol, Pornografie...). Diese Güter werden gerne hoch besteuert oder sogar verboten.
Überall, wo alle etwas erhalten, ob sie Hilfe nötig haben oder nicht, spricht man vom Giesskannenprinzip (also z.B. von tiefen Universitätsgebühren profitieren die Reichen gleich wie die Armen). Würden die Vergünstigungen aber an Einkommen oder Vermögen geknüpft, besteht ein kleinerer Anreiz zur Eigenleistung (wenn ich mehr arbeite, muss ich mehr bezahlen. Also warum mehr arbeiten?).
4. Öffentliche und private Sozialhilfe:
Sozialhilfe kommt dann zum Tragen, wenn andere Hilfe ungenügend ist. Zu der Sozialhilfe gehört nicht nur die Zahlung von Geldleistungen, sondern auch die Beratung und Betreuung. Denn sie zielt auf eine dauerhafte Beseitigung der Notlage hin.

Kausalprinzip: Zahlungen nach versicherter Ursache (Krankheit, Unfall...)

Finalprinzip: Zahlungen, um ein bestimmtes Ziel zu erreichen (Sicherung des minimalen Lebensstandards...)

Nach dem Kausalprinzip erhalten die Versicherten Geldleistungen, wenn bestimmte Voraussetzungen einer Zahlung erfüllt sind. Ob sie das Geld benötigen, spielt keine Rolle.

Alle können von Sozialversicherungsleistungen profitieren (Giesskannenprinzip).

Das Finalprinzip verwandelt aber die Bedürftigen in „Bettler“, die ihre Bedürftigkeit beweisen müssten und auf die Wertung eines Beamten hoffen müssten. Ausserdem wäre es eine Förderung der Passivität, denn jeder Franken, den ein Bedürftiger verdient, müsste gekürzt werden in den Leistungen, also warum arbeiten?

Die heutige Sozialpolitik geht über die Sicherung eines minimalen oder des gewohnten Lebensstandards hinaus. Sie ergreift auch Massnahmen, um die Chancengleichheit zu erhöhen oder Einkommen gleichmässiger zu verteilen.

Von grosser Bedeutung ist die Einführung des kostenlosen Schulwesens – als meritorisches Gut.

11. Der Staat aus ökonomischer Sicht

11.1 STAATSAUFGABEN: DER STAAT ALS PRODUZENT UND AUFTRAGGEBER

Eingriffe des Staates als Antwort auf Marktversagen:

1. Herstellung und Finanzierung von Gütern mit externen Nutzen
2. Umweltpolitik
3. Wettbewerbspolitik
4. Information und Prohibition
5. Sozialpolitik
6. Konjunkturpolitik

11.2 DAS MODELL EINES GESAMTWIRTSCHAFTLICHEN SYSTEMS

Der Staat finanziert sich seine Aufgaben hauptsächlich durch Steuern.

Leistungsfähigkeitsprinzip: Der grösste Teil der Steuern knüpft an die Leistungsfähigkeit der Haushalte und der Unternehmen an (z.B. Einkommenssteuer, Mehrwertsteuer...)

Äquivalenzprinzip: Steuern, die davon abhängig sind, in welchem Ausmass die einzelnen natürlichen oder juristischen Personen staatliche Leistungen beanspruchen (z.B. Benzinsteuern, Pigou-Steuer...).

Lenkungssteuern (z.B. auf Alkohol) sollen unser Verhalten in eine gewünschte Richtung lenken.

11.3 DAS GEWICHT DES STAATES

Die Frage nach der Effizienz des Staates kann kaum beantwortet werden. Staatsquoten bezeichnen den Anteil der Staatsausgaben am Bruttoinlandprodukt oder am Bruttonationaleinkommen.

Das Gewicht des Staates lässt sich auch an den Staatseinnahmen, den Steuern und Sozialbeiträgen, ablesen. Aus ihrem Verhältnis zum BIP oder BNE lassen sich Steuerquoten, Abgabequoten sowie Fiskalquoten berechnen.

11.4 DER STAAT ALS VERTRETER DES GEMEINWOHLS?

Kurzfristige Interessen haben im politischen Konkurrenzkampf meist bessere Chancen als langfristige.

Enge, spezielle Interessen lassen sich leichter vertreten als breite, allgemeine Interessen, die fast alle haben (kleinere Gruppen leiden weniger unter dem Trittbrettfahrerproblem als grössere, anonymere Gruppen → schlagkräftigere Organisation.) Breite Konsumenten- oder Umweltschutzinteressen können aber eine grössere Wählerschaft ansprechen.

Auch Politiker maximieren ihre privaten Nutzen. Sie verhelfen kleinen Gruppen zu Vorteilen auf Kosten der Mehrheit. Die Nachteile verteilen sich aber breit und sind für den Einzelnen klein.

Politiker und Verbände, die Sonderinteressen verfolgen, profitieren davon, dass Bürger schlecht informiert sind. Mangelnde Information macht auch lange Zeit blind für ungewollte Nebenwirkungen von staatlichen Massnahmen.

Staatsversagen: staatliche Massnahmen, die zu einem Wohlfahrtsverlust führen

Deregulierung: Abschaffung, Lockerung oder Vereinfachung staatlicher Vorschriften

Diese verfolgt 6 Schwerpunkte:

1. Wettbewerb:
Der Staat soll sich aus dem Marktgeschehen raushalten, Handelshemmnisse abbauen
2. Reduktion der Formalitäten:
Wegräumung von administrativen Hindernissen, Beschleunigung von Verfahren, Transparenz erhöhen...
3. Marktkonforme Massnahmen anstelle von nichtmarktkonformen
4. Grenzen des Sozialstaats?
Kritik am Sozialstaat: nicht finanzierbar, bevormundet, verleitet zu Passivität.
5. Privatisierung von Staatsbetrieben
6. Reduktion der staatlichen Leistungen:
durch Steuersenkungen

12. Die Messung von wirtschaftlichem Erfolg

12.2 VOLKSWIRTSCHAFTLICHE GESAMTRECHNUNG

Die Stromstärke der Wirtschaft wird an drei verschiedenen Orten geschätzt:

- bei der Produktion der Güter
- bei der Verwendung der produzierten Ware
- bei der Verteilung der erwirtschafteten Einkommen

Damit erhalten wir 2 zentrale Grössen: Das Bruttoinlandprodukt (BIP) und das Volkseinkommen (VE).

1. Erste Messung des BIP: die Produktion im Inland:
BIP = in Geld ausgedrückter Wert der Güterproduktion innerhalb eines Jahres (Konsum-, Kapitalgüter, Waren wie auch Dienstleistungen)
Nicht der Umsatz der Unternehmen wird verrechnet, sondern der erzeugte Mehrwert = Wertschöpfung (Differenz zwischen den Umsatz und den Kosten für Material und Dienstleistungen von Dritten)
Zum BIP werden nur Werte gerechnet, die neu im Inland produziert wurden. Aber auch die Marge, die ein Verkäufer auf ausländische Produkte erhebt, gehört zum BIP. Auch Tätigkeiten des Staates zählen dazu, je nach Aufwand.
2. Zweite Messung des BIP: die Verwendung der produzierten Ware:
Die Endverwendung aller in Unternehmen und Staat produzierten Güter (für privaten Konsum, Konsum via Staat, Investitionen und Nettoexporte) ergibt ebenfalls das BIP.
3. Das BNE: Über welche Werte können die Inländer verfügen?
BNE = Bruttonationaleinkommen (früher BSP), Wert der in einem Jahr von Unternehmen und Staat produzierten Waren und Dienstleistungen, über die alle Bewohner eines Landes verfügen können.
BNE = BIP + Nettoeinkommen aus dem Ausland (was Schweizer im Ausland verdienen. Davon abgezogen ist, was Ausländer in der CH verdienen und ins Ausland mitnehmen → Grenzgänger)
Es gibt auch noch Abschreibungen, welche aus dem Verschleiss von Kapitalgütern hervorgehen. Werden vom BNE die Abschreibungen subtrahiert, erhält man das Nettonationaleinkommen (NNE). Von diesem werden noch Steuern abgezogen und Subventionen zugerechnet, so erhält man das VE.
Im Gläubigerland Schweiz ist das BNE grösser als das BIP.
4. VE = Volkseinkommen, alle Entschädigungen an die Bewohner eines Landes für die während eines Jahres erbrachten Leistungen: Lohn, Zins, Bodenrente und Gewinn.

Die Verteilung des gesamten Einkommens in der Bevölkerung kann man in der Lorenz-Kurve darstellen. Die Masszahl für die Verteilung ist der Gini-Koeffizient.

Gini-Koeffizient = (Fläche zwischen Gleichverteilungsgerade und Lorenzkurve):(gesamtes Dreieck unter der Gleichverteilungsgerade)

Der Gini-Koeffizient kann Werte von 0 bis 1 haben, wobei er umso grösser ist, je ungleicher die Verteilung ist.

Das BIP wird in Geld berechnet. Dieses hat aber nicht immer den gleichen Wert. Wird das BIP zu laufenden Preisen berechnet, nennt man es nominales BIP.

Mit Hilfe des BIP-Preisindex, des BIP-Deflators, können wir das nominale BIP um die allgemeine Preissteigerung bereinigen und erhalten so das BIP zu konstanten Preisen. Dieses wird auch inflationsbereinigtes oder reales BIP genannt.

12.3 VOM NATIONALEINKOMMEN ZUM WOHLSTAND

Wohlstand: Verfügungsmöglichkeiten über Güter, die wir zu unserem Lebensunterhalt herstellen und pflegen. Der Wohlstand ist nicht gleich dem BNE, denn in letzterem sind der Verschleiss an Boden, Arbeitskräften und Umwelt sowie die externen Kosten nicht enthalten. Demgegenüber werden Ausgaben für Leistungen des Staates für Unternehmen, fürs Pendeln und für Werbung ins BNE eingerechnet, obwohl nicht ganz klar ist, inwiefern diese Faktoren uns Wohlstand bescheren. Zudem fehlen im BNE Haus-, Erziehungs- und Pflegearbeit, freiwillige und ehrenamtliche Tätigkeiten und die Schattenwirtschaft (z.B. Schwarzarbeit). Trotzdem trägt ein grosser Teil der Güter, die im BNE enthalten sind, zum Wohlstand bei. Verrechnen wir zusätzlich die Schäden, die kaum Wohlstand stiftenden Güter sowie die unbezahlten Leistungen, gewinnen wir eine Vorstellung über unseren Wohlstand.

13. Wirtschaftswachstum

13.1 WAS IST WIRTSCHAFTSWACHSTUM?

Wirtschaftswachstum: wirtschaftliche Entwicklung, die durch eine Ausdehnung der Produktionsmöglichkeiten zu mehr und begehrteren Waren und Dienstleistungen führt und damit die menschlichen Bedürfnisse und Konsumwünsche besser befriedigt.

Wirtschaftswachstum ist somit gleichbedeutend mit Wachstum des Wohlstands.

13.2 BIP UND POTENTIELLES BIP

Arbeitsproduktivität: Wert der produzierten Güter pro Arbeitsstunde; alle Unternehmen und den Staat umfassend: BIP pro eingesetzte Arbeitsstunde oder potentielles BIP pro einsetzbare Arbeitsstunde.

Potentiell BIP: Produktionsmöglichkeiten von Unternehmen und Staat bei voller Kapazitätsauslastung.

13.3 BESTIMMUNGSGRÜNDE DES PRODUKTIONSPOTENTIALS

Die Arbeitsproduktivität nimmt stetig zu, weil wir geschickter werden, immer mehr wissen und deshalb immer effizienter arbeiten. Zudem wird unsere Arbeit mit immer mehr Kapitalgütern mit immer besseren technischen Produktionsmethoden unterstützt (Prozessinnovationen). Auch die Produkte werden qualitativ immer besser, was ebenfalls zur Steigerung des Wohlstands beiträgt.

Der Motor hinter all diesen Innovationen und Verbesserungen ist der Wettbewerb, der Unternehmen zu verbesserter Technik und besseren Produkten anspornt.

13.4 WIRTSCHAFTSWACHSTUM UND STRUKTURWANDEL

Das Wirtschaftssystem verändert sich laufend. So findet ein Übergang von der Industrie- zur Dienstleistungsgesellschaft statt. Je nach Branche fällt der Strukturwandel heftiger aus. In der Textilindustrie hat die Anzahl der Beschäftigten rapid abgenommen, dafür gibt es immer mehr Beschäftigte in Dienstleistungsbereichen wie Schule, Banken, Versicherungen...

Die Gründe für den Wandel in der Beschäftigungsstruktur sind:

- unterschiedliche Produktivitätszunahmen
- Nachfrageverschiebungen
- Internationale Arbeitsteilung

13.5 WACHSTUMSPOLITIK

= alle staatlichen Massnahmen, die zum Ziel haben, das reale BIP-Wachstum (und letztlich den Wohlstand) zu fördern.

13.6 GRENZEN FÜR WIRTSCHAFTLICHES WACHSTUM

Gelingt und ein Wirtschaftswachstum, das alle Ressourcen effizienter nutzt, wäre vorerst keine Angebotsgrenze in Sicht.

Wir sind fähig und willens, immer mehr Geld auszugeben. Unsere Bedürfnisse steigen.

Saysches Gesetz: Jedes Angebot schafft eine entsprechende Nachfrage.

13.7 WACHSTUMSSCHWANKUNGEN

Aus der Differenz zwischen dem BIP und dem potentiellen BIP ergibt sich die BIP-Lücke. Je nachdem, ob das BIP unter oder über dem potentiellen BIP liegt, spricht man von einer negativen oder einer positiven BIP-Lücke.

Eine negative BIP-Lücke öffnet sich, wenn das BIP schwächer wächst als das potentielle BIP und dabei unter das potentielle BIP fällt. Dann befindet sich die Wirtschaft in einem Konjunkturabschwung, einer Rezession.

Wächst das BIP stärker als das potentielle BIP, wird die negative BIP-Lücke kleiner. Die Wirtschaft befindet sich in einem Konjunkturaufschwung. Wenn das BIP sogar über das potentielle BIP hinauswächst, wird die BIP-Lücke positiv. Dann liegt eine Hochkonjunktur, ein Boom vor (es werden viele Überstunden geleistet).

Das potentielle BIP (= Produktionspotential, mögliches Gesamtangebot) wird von Angebotsfaktoren bestimmt – von den verfügbaren Ressourcen und vom Stand von Organisation und Technik.

14. Geld und die Bedeutung von Inflation

Geld: alles, was allgemein im Austausch für Güter akzeptiert wird.

Geld ist:

- Zahlungsmittel (ermöglicht extreme Arbeitsteilung)
- Wertmassstab
- Wertaufbewahrungsmittel (es ermöglicht einen Konsumaufschub und Kreditgeschäfte)

Geldarten:

- Bargeld
- Buchgeld (Bank-, Postkonto...)
- Spareinlagen
- Termineinlagen (weniger schnell abrufbar)

Wie gelangt das Geld von den Notenbanken in Umlauf?

- An- und Verkauf von ausländischen Währungen
- An- und Verkauf von Wertpapieren
- Notenbankkredite an die Banken
- Notenbankkredite an den Staat

Mindestreservepolitik: Die Pflichtreserven der Banken werden von der Zentralbank festgesetzt und variiert.

Notenbank, Zentralbank: staatliche Institution, welche die Notenbankgeldmenge kontrolliert und die Kreditgebung der Banken überwacht.

14.3 INFLATION UND LEBENSHALTUNGSKOSTEN

Inflation, Teuerung, Geldentwertung: generelle Preissteigerung, ein Ansteigen des durchschnittlichen Preisniveaus.

Landesindex der Konsumentenpreise: Konsumentenpreisindex. Index zur Messung der Inflation. Erfasst die Preisbewegungen jener Waren und Dienstleistungen, die für die Haushalte der Lohnabhängigen eine wichtige Rolle spielen.

Preisindex zeigt die Veränderung der Durchschnittspreise einer Gütergruppe an. Bei der Berechnung des Durchschnitts werden die einzelnen Güter nach ihrer Bedeutung gewichtet.

Inflationsrate: prozentuale Veränderung des Preisindex gegenüber dem Vorjahr.

Desinflation: Abnahme der Inflationsrate (\neq Deflation, wo Inflationsrate negativ ist.)

1. Substitutionseffekt: Nicht alle Preise verändern sich gleich. Konsumenten kaufen vermehrt Güter, deren Preise weniger stark gestiegen oder gar gefallen sind.
2. Absatzkanaleffekt: Konsumenten kaufen allgemein immer billiger ein (Discounter). Das muss mit einberechnet werden.
3. Neue-Produkte-Effekt: Oft werden neue Produkte erst in die Preiserhebungen aufgenommen, wenn die Preise schon gefallen sind.
4. Qualitätseffekt: Wenn die Qualität eines Produktes steigt, der Preis aber gleich bleibt, ist sein effektiver Preis gesunken. Qualitätsänderungen müssen also ebenfalls berücksichtigt werden.

Bei Dienstleistungen sind Qualitätsveränderungen nur sehr schwer zu beurteilen. So können reales BIP, Reallöhne und Realkonsum bestimmt werden.

Zusammenfassung Beck; Volkswirtschaft verstehen, 2008

Realloohnerhöhung: Nominalloohnerhöhung minus Inflationsrate

Die Lebenshaltungskosten steigen stärker als die Inflation.

14.4 NACH- UND VORTEILE DER INFLATION

Die erwarteten Inflationsraten werden in die normalen Zinssätze eingebaut. So einigen sich Schuldner und Gläubiger auf einen Realzins (um den Effekt der Inflation korrigierter Zinssatz; Nominalzins minus Inflationsrate).

Durch die Inflation werden Milliardenwerte umverteilt (z.B. im Herbst Lohnverhandlungen für das ganze Jahr getroffen. Fällt Inflation höher aus als erwartet, verliert der Arbeitnehmer, fällt sie aber tiefer aus, gewinnt er wegen dem vorher vereinbarten Zins).

Wenn sich Geld entwertet, wird seine Wertaufbewahrungsfunktion beeinträchtigt. Eine überraschende Inflation verteilt Vermögen um. Vor allem Gläubiger und Versicherungsnehmer mit langfristigen Verträgen verlieren, während Schuldner profitieren. Zudem wird die Funktion des Geldes als Wertmassstab beeinträchtigt. Unsicherheit verringert produktive Investitionen, Haushalte setzen ihr Geld nicht mehr optimal ein.

Eine leichte Inflation kann aber auch nützlich sein, weil sie den Preismechanismus erleichtert.

15. Binnenwirtschaftliche Ursachen für Inflation

15.1 GELDMENGE UND INFLATION – DIE QUANTITÄTSTHEORIE

Eine Inflation gibt es dann, wenn die Geldmenge stärker wächst als die gehandelte Gütermenge.

Doch bei geringen Inflationsraten ist dieses einfache Grundmodell nicht immer anwendbar, weil ein lockerer Zusammenhang besteht zwischen übermäßigem Geldmengenwachstum und Inflation.

Wenn der Staat Steuern nicht auf normalem Weg einzuziehen wagt, bleibt ihm die Möglichkeit, sein Defizit mit neu produziertem Geld zu decken. So kam es oft dazu, dass Kriegsstaaten eine Hyperinflation zu verzeichnen hatten, wo ein Brot eine Billion kostete. Damit profitiert der Steuerzahler, weil die Steuern auf jene abgewälzt werden, deren Guthaben, Altersrenten oder Löhne durch die Inflation an Wert verlieren.

Heute sind die Notenbanken aber unabhängiger vom Staat und können weniger zur Finanzierung von Defiziten herbeigezogen werden.

Wenn sich aber die Geldumlaufgeschwindigkeit erhöht (die Leute also ihr Geld schneller ausgeben), hat dies den gleichen Effekt, wie wenn mehr Geld im Umlauf wäre. Eine Inflation kann also auch durch eine erhöhte Geldumlaufgeschwindigkeit entstehen.

15.2 ZINSEN, KAPAZITÄTSAUSLASTUNG UND INFLATION

Es gibt 2 Preise für das Geld:

- Preise, für die man Geld ausleiht (Zinsen)
- Kauf- und Verkaufspreise (Wechselkurse)

Die Notenbank kann ihre Geldmenge über die Zinsen steuern, die sie von den Banken für ihr Geld verlangt. Je nachdem, wie billig oder teuer die Notenbank ihr Geld anbietet, beziehen die Banken mehr oder weniger davon. Tiefere Zinsen der Notenbank führen zu einer grösseren Notenbankgeldmenge (und umgekehrt).

Je nachdem, wie die Notenbank ihre Geldmenge durch Käufe und Verkäufe von ausländischen Währungen und Wertpapieren verändert, wird das Geld auf den Märkten teurer oder billiger. Eine Ausdehnung der Notenbankgeldmenge führt zu tieferen Zinssätzen (vor allem für kurzfristige Gelder) und umgekehrt.

Mit niedrigen Zinsen (expansive Geldpolitik) wird mehr investiert und oft auch mehr konsumiert – die Gesamtnachfrage steigt. Die Anbieter können also ihre Produktion ausweiten, wenn sie ihr Produktionspotenzial noch nicht ausgeschöpft haben, also eine negative BIP-Lücke besteht. Man kann dann hoffen, mehr Stellen zu schaffen. Wenn aber ein Unternehmen die Nachfrage nur noch mit Überstunden und langen Wartezeiten bedienen muss, steigen die Preise an der Ladenfront. Aber auch die Einkaufspreise steigen, weil die Zulieferer in der gleichen Situation sind. Auch die Löhne steigen weiter, wobei natürlich wieder die Preise steigen. Solange die Produktionskapazitäten überlastet bleiben, steigt das Preisniveau immer schneller an, d.h. die Inflationsrate steigt. Dann muss die Notenbank die Geldmengen verringern, damit die Zinsen steigen (restriktive Geldpolitik). Damit werden die Investitionen gebremst, die Nachfrage steigt langsamer. Damit eröffnet sich eine negative BIP-Lücke: Produktionskapazitäten werden frei, Arbeitsplätze gehen verloren, die Lager füllen sich. Der Wettbewerb wird härter. Die Preise werden weniger erhöht.

→ Eine negative BIP-Lücke bremst die Inflation

Die Inflationsrate nimmt zu, solange das BIP über dem potentiellen BIP liegt.

Die Notenbank kann vor allem die Kurzfristzinsen direkt beeinflussen, die Langfristzinsen werden stärker vom Angebot der Sparer und von der Nachfrage der Investoren bestimmt. Doch die bisherige schweizerische Erfahrung legt nahe, dass die langfristigen Zinsen auch von den kurzfristigen Zinsfluktuationen bestimmt werden.

15.3 ANGEBOTSinFLATION UND INFLATIONÄRE EIGENDYNAMIK

Es gibt neben Angebotsinflation und Nachfrageinflation noch einen dritten preistreibenden Impuls:

Die verstärkte Marktmacht

Verstärkt sich die Marktmacht, können die Preise höher gesetzt werden. Die Arbeiter erhalten aber auch mehr Löhne (da sie durch Personalverbänden und dergleichen auch über Marktmacht verfügen und dann das marktmächtige Unternehmen ihnen einen höheren Lohn gewährt). Die höheren Nominallöhne schmälern aber die Gewinne der Unternehmen – doch wer über genügend Marktmacht verfügt, wird den grössten Teil der nominalen Lohnerhöhungen auf seine Güterpreise überwälzen können

→ Lohn-Preis-Spirale: fortwährender Prozess der Überwälzung von höheren Kosten auf die Preise und Löhne mittels Marktmacht.

Den meisten Unternehmen gelingt es auch ohne Marktmacht, die höheren Kosten weitgehend auf die Güterpreise überzuwälzen, weil ihre Konkurrenten in der Regel vom gleichen (inflationären) Kostendruck betroffen sind.

Weil die Inflation in den meisten Kostenrechnungen und Verträgen, die über längere Zeit gelten, schon einbezogen wird, setzt sich die Inflation fort im erwarteten Tempo.

(Stagflation: Kombination von Stagnierendem BIP-Wachstum und Inflation)

Zusammenfassung S. 290

16. Zahlungsbilanz, Wechselkurse und Inflation

16.1 DIE ZAHLUNGSBILANZ

Zahlungsbilanz: erfasst alle Zahlungen eines Landes an das und aus dem Ausland während eines Jahres. Sie gibt Auskunft über die Geldströme, die im Laufe eines Jahres über die Landesgrenzen fließen.

Dienstleistungsbilanz, Warenbilanz (Handelsbilanz): Teil der Zahlungsbilanz; umfasst die Importe und Exporte von Waren während eines Jahres.

→ Bilanz der laufenden Transaktionen (Ertragsbilanz): Teil der Zahlungsbilanz; umfasst alle über die Landesgrenze fließenden laufenden Zahlungen eines Jahres: den Handel mit Waren und Dienstleistungen, die Entgelte für Arbeit und Kapital sowie die laufenden Übertragungen. Die schweizerische Ertragsbilanz ist fast immer stark positiv.

Mit den Überschüssen werden dem Ausland Kredite vergeben, Obligationen, Aktien, ausländische Unternehmen oder Ferienhäuser gekauft...

Internationaler Kapitalverkehr: die Landesgrenzen überschreitende Geldströme, denen kein Waren- oder Dienstleistungsstrom entgegenfließt. Hätte die CH aber ein Defizit, würden die anderen Länder ihren Überschuss dazu benutzen, der CH Kredite zu vergeben, in der CH Häuser zu kaufen...

16.2 WECHSELKURSE UND DEWISENMÄRKTE

Wechselkurs: Austauschverhältnis zweier Währungen

Preisnotierung: Ein Dollar kostet Fr. 1.25

Mengennotierung: Für einen Franken erhält man 0.80 US\$ (Aussenwert des Frankens)

Die Banken bringen überschüssige Währungen auf eigens dafür organisierte Märkte und fragen dort fehlende nach

→ Devisenmärkte

Das Angebot und die Nachfrage nach den einzelnen Währungen bestimmen den Preis, die Wechselkurse:

- Ist eine Währung begehrt, steigt ihr Aussenwert (die Währung wurde aufgewertet)
- Wird viel von einer Währung angeboten, aber wenig nachgefragt, fällt der Aussenwert (Währung wurde abgewertet)

16.3 AUSSENHANDEL UND KAUFKRAFTPARITÄTEN

Theorie der Kaufkraftparität: Nach dieser Theorie spiegelt der Wechselkurs einer Währung langfristig ihre Kaufkraft für international handelbare Güter wider.

Kaufkraftparität KKP: Wechselkurs, der einen gegebenen Warenkorb im Inland und im Ausland genau gleich teuer macht.

Überall wo Güter international frei gehandelt werden, müssen sie auch gleich teuer sein. Steigt nun der Aussenwert einer Währung so stark an, dass die inländischen Produkte teurer werden als die ausländischen (wird also der reale Aussenwert zu hoch), entsteht ein Aussenhandelsdefizit. Damit wird diese Währung weniger nachgefragt, und ihr Aussenwert sinkt wieder.

Sinkt umgekehrt der Aussenwert einer Währung so tief, dass die inländischen Güter billiger werden (wird also der reale Aussenwert zu tief), entsteht ein Aussenhandelsüberschuss. Die Währung wird knapper, und ihr Aussenwert steigt wieder.

Die nominalen Wechselkurse spiegeln darum langfristig ungefähr die Kaufkraft der einzelnen Währungen für internationale handelbare Güter wider – womit sich die realen Wechselkurse in der langen Frist nicht verändern.

16.4 INTERNATIONALER KAPITALVERKEHR, ZINSPARITÄTEN UND WECHSELKURSSCHWANKUNGEN

Viel Geld fließt aus Kapitalerträgen über die Landesgrenzen: Dividenden und Zinsen von ausländischen Aktien und Obligationen sowie Gewinne aus Investitionen im Ausland. Nicht nur der Güterhandel, sondern auch Kapitalerträge und vor allem der Kapitalverkehr bestimmen die Wechselkurse.

Auch beim Kapital wird spekuliert über die Wechselkursveränderungen. Es kann zu Spekulationsblasen kommen, was zu ausgeprägten Wechselkursschwankungen führen kann.

16.5 AUSWIRKUNGEN VON WECHSELKURSSCHWANKUNGEN

Wechselkursschwankungen führen zu grossen Unsicherheiten auf den internationalen Güter- und Kapitalmärkten.

Ist z.B. der Dollarkurs gegenüber dem Euro zu hoch, überschwemmen billige Importe den amerikanischen Markt. In der EU steigen die Inflationsraten. Die Gesamtnachfrage nach amerikanischen Gütern wird gedämpft – die Arbeitslosigkeit in Amerika steigt.

Zur Zeit des hohen Dollars wurden in der EU Betriebe gegründet und erweitert, die bei tiefem Dollar ihren Standort in Amerika hätten haben müssen. Steht dann der Dollar wieder tief, wandern solche Betriebe nach Amerika. Dies ist ein immenser Verschleiss an Ressourcen.

16.6 WECHSELKURSPOLITIK

Die Notenbanken haben einen Einfluss auf die Wechselkurse. Sie haben ja ein Monopol über die Herausgabe ihres Geldes. Auf den Devisenmärkten kauft und verkauft die Notenbank direkt fremde Währungen gegen ihr eigenes Geld. Bietet sie mehr Franken an (expansive Geldpolitik), sinkt der Frankenaussenwert. Und er steigt, wenn mit einer restriktiven Geldpolitik Franken zurückgenommen werden. Auch über die Anpassung der Zinsen kann die

Notenbank den Wechselkurs steuern. Sinkt nämlich das Zinsniveau des Schweizer Frankens, werden ausländische Zinssätze für Anleger attraktiver. Die Nachfrage nach dem Franken sinkt und er wird billiger. Verknüpft die Notenbank ihr Geld, steigt i.d.R. das Zinsniveau. Der Franken wird attraktiver und teurer.

→ mit einer restriktiven Geldpolitik wird der Franken teurer, mit einer expansiven billiger.

Frei floatende Wechselkurse: Wechselkurse, die allein durch Angebot und Nachfrage auf den Devisenmärkten bestimmt wird. Die Notenbank bleibt selbständig.

Gelenkte Wechselkurse: Wechselkurse, die neben Angebot und Nachfrage auch durch die Notenbanken bestimmt werden. Die Notenbank kann ihre Zinsen nicht mehr selbständig gestalten, sondern muss sich an die Europäische Zentralbank halten.

Feste Wechselkurse: Wechselkurse, die dank Käufen und Verkäufen der Notenbanken praktisch unverändert bleiben. Bindet ein Land seine Währung einseitig an die Währung eines wichtigen Handelspartners, übernimmt es damit auch seine Geldpolitik.

Bei festen Wechselkursen müssen die Notenbanken jede angebotene oder nachgefragte Menge der Partnerwährungen zum gewünschten Preis gegen ihr eigenes Geld kaufen oder verkaufen. Sonst kann sich auf den Devisenmärkten ein eigener Kurs bilden.

Es gibt auch Verträge zur Festlegung von Wechselkursen und Währungsunionen (→EU)

16.7 AUSLANDSBEZIEHUNGEN UND INFLATION

Folgen einer expansiven Geldpolitik (fallende Zinsen):

Ein sinkender Franken kann auf 2 verschiedenen Wegen inflationäre Folgen haben:

1. Die Frankenpreise der ausländischen Güter steigen. Und da die Importe ein Drittel der in der CH gekauften Güter ausmachen, steigt das allgemeine Preisniveau schnell und merklich an.
2. Werden die ausländischen Güter teurer, verkaufen sie sich schlechter und die inländischen Güter entsprechend besser. Zudem werden mit sinkendem Frankenwert die schweizerischen Güter im Ausland billiger und verkaufen sich besser. Vergrößerte Nettoexporte steigern die Gesamtnachfrage nach schweizerischen Gütern – und übersteigt sie das potentielle BIP, steigen die Inflationsraten.

Folgen einer restriktiven Geldpolitik (steigende Zinsen):

Ein steigender Frankenaussenwert wirkt auf 2 versch. Arten restriktiv:

1. Die ausländischen Güter in der CH werden direkt billiger und damit wird die Inflation recht schnell etwas verringert.
2. Zudem werden mehr billige Importgüter gekauft und die schweizerischen Exporte werden erschwert. Beides verringert die Gesamtnachfrage nach schweizerischen Gütern. Dies kann die Auslastung der Produktionskapazitäten derart verringern und Arbeitslosigkeit hervorrufen, dass weder Unternehmen noch Gewerkschaften es wagen, neue Preis- und Lohnforderungen zu stellen.

17. Arbeitslosigkeit – Strukturwandel und konjunkturelle Dynamik

Arbeitslosenquote: Anzahl Arbeitslose in % der Erwerbsbevölkerung (Erwerbstätige und Erwerbslose)

Eine grosse Einkommenseinbusse führt zu einer sich selbst verstärkenden Reaktion – man spricht von einem Teufelskreis. Kleinere Einkommen → kleinere Ausgaben → Nachfrage sinkt → Arbeitslosigkeit in verschiedenen Branchen → Einkommen sinken noch mehr... Durch den Marktmechanismus wird Angebot und Nachfrage mit der Zeit wieder ausgeglichen. Diese beiden Prozesse laufen gleichzeitig.

Strukturelle Arbeitslosigkeit: Arbeitslosigkeit, die sich ergibt, weil auf den Arbeitsmärkten das Angebot an Arbeitskräften in qualitativer oder regionaler Hinsicht nicht mit der Nachfrage übereinstimmt (→ Uhrmacher) → Umschulung
Strukturelle Arbeitslosigkeit entsteht, weil eine Branche schrumpft und gleichzeitig eine andere wächst → Nebeneinander von Arbeitslosigkeit und offenen Stellen.

Die Spezialisierung unserer Zeit birgt die Gefahr, dass die Arbeitskräfte nicht mehr flexibel genug sind, wenn ihre Branche sie nicht mehr beschäftigen kann.

Sucharbeitslosigkeit, friktionelle Arbeitslosigkeit: Arbeitslosigkeit, die sich ergibt, weil man beim Stellenwechsel wegen fehlender Transparenz nicht immer sofort wieder eine neue Stelle findet.

Institutionelle Arbeitslosigkeit: AL, die sich ergibt, weil politische Schranken (z.B. Mindestlöhne) den Strukturwandel erschweren und den Ausgleich zwischen Angebot und Nachfrage verhindern.

DIE KONJUNKTURELLE DYNAMIK

= ein sich selbst verstärkender Mechanismus von Einkommen und Ausgaben, Grund für Konjunkturschwankungen; wirkt bevor ein Ausgleich auf den Märkten zum Abschluss kommen kann.

John Maynard Keynes

Allen keynesianischen Theorien, so auch der Ungleichgewichtstheorie, ist gemeinsam, dass sie nicht allein auf die selbstheilenden Kräfte des Marktsystems vertrauen, sondern auch die sich selbst verstärkenden Mechanismen im Wirtschaftskreislauf analysieren.

Konjunkturabschwung: konjunkturelle Dynamik als Teufelskreis.

18. Konjunkturschwankungen

KONJUNKTUR UND ARBEITSLOSIGKEIT

Rezession: leichter bis mittelschwerer Konjunkturabschwung

Depression: besonders starker und langer Konjunkturabschwung

Das potentielle BIP wächst recht gleichmässig – doch die Gesamtnachfrage schwankt. Konjunkturschwankungen sind meist Schwankungen der Gesamtnachfrage. Dabei erleben praktisch alle Branchen ein gleichzeitiges Auf und Ab.

Steigt die Gesamtnachfrage langsamer als das potentielle BIP und sinkt dabei die Kapazitätsauslastung so stark, dass sich eine immer grössere negative BIP-Lücke öffnet, spricht man von Konjunkturabschwung oder Rezession. In einem Aufschwung dagegen wächst das BIP schneller als das potentielle BIP.

Eine negative BIP-Lücke bedeutet konjunkturelle Arbeitslosigkeit. Sie geht erst wieder zurück, wenn sich die BIP-Lücke verringert. Wächst das BIP über das potentielle BIP hinaus, können sogar die friktionelle, die strukturelle und die institutionelle Arbeitslosigkeit kleiner werden.

DIE INFLATIONSTABILE ARBEITSLOSIGKEIT

Inflationsstabile Arbeitslosenquote (NAIRU): Arbeitslosenquote, die mit einer konstanten Inflationsrate vereinbar ist. Wird sie unterschritten, nimmt die Inflation zu – und wird sie überschritten, geht die Inflation zurück. Sie entspricht der friktionellen, strukturellen und institutionellen ALquote.

WIE WERDEN ABSCHWÜNGE AUSGELÖST?

Die Gesamtnachfrage kann durch diverse schwere Störungen, Schocks, brüsk verringert werden. Diese Schocks können die Angebots- und die Nachfrageseite treffen. Haushalte reagieren auf Budgetprobleme oft sensibel, vor allem bei grösseren Anschaffungen. Gehen die Konsumausgaben zurück, verdüstern sich die Absatz- und Gewinnaussichten der Konsumgüterproduzenten – worauf diese weniger investieren. Dabei gehen die Investitionen viel stärker zurück als die Konsumausgaben, sodass die Investitionen trotz ihres kleinen Gewichts die Gesamtnachfrage sehr fühlbar mitbestimmen.

Auch die Angst vor Konjunkturabschwüngen kann die Leute dazu bringen, weniger Ausgaben zu tätigen und weniger Geld zu investieren.

Wenn im Ausland die Gesamtnachfrage zurückgeht, verringert das entsprechende Land die Importe. Dies heisst, dass andere Länder weniger exportieren können. Der Rückgang der Exporte ist in der CH ein wichtiger Auslöser einer Rezession.

LECKS UND ZUFLÜSSE - EINE KREISLAUFANALYSE

Der Kreislauf von Einkommen und Ausgaben ist nicht geschlossen. Vielmehr hat er verschiedene Zuflüsse und Lecks:

- Sind die Abflüsse grösser als die Zuflüsse, wird der Kreislaufstrom dünner. Die Gesamtnachfrage geht zurück, Produkte bleiben unverkauft, die Arbeitslosigkeit steigt.
- Fliesst hingegen mehr Kaufkraft zu, als absickert, schwillt der Einkommens- und Ausgabestrom an, die Arbeitslosigkeit sinkt.

Soll die Wirtschaft weder in eine Rezession noch in eine Hochkonjunktur geraten, müssen die Lecks (Sparen, Zahlungen für Importe, Nettosteuern) kompensiert, aber nicht überkompensiert werden durch die Zuflüsse (Investitionen, Einnahmen aus Exporten, Staatsausgaben).

DER MULTIPLIKATOR-EFFEKT

Grenzneigung zum Sparen: Teil jedes zusätzlich verdienten Frankens, der gespart wird.
Grenzneigung zum Konsum: Teil jedes zusätzlich verdienten Frankens, der konsumiert wird.

Der Faktor, mit dem die konjunkturelle Dynamik einen ursprünglichen Impuls vergrössert, nennt man Multiplikator. Seine Grösse ist abhängig von der Grösse der verschiedenen Kreislauflecks: Je kleiner/grösser die Abflüsse, desto grösser/kleiner der Multiplikator.

TRÄGE PREISE VERZÖGERN DAS MARKTGLEICHGEWICHT

Preise und Löhne reagieren in der Regel träge (wegen wenig Wettbewerb, aufwendigen Preisänderungen, staatliche regulierten Preisen...) und führen damit zu langsamen Anpassungen von Angebot und Nachfrage auf einzelnen Märkten wie auch im gesamten Marktgeflecht. Folgen: Schneller als die Preise und Löhne werden die verkauften und produzierten Mengen sowie die Zahl der Beschäftigten verändert. Bevor es also dem trägen Marktsystem gelingt, eine BIP-Lücke zu schliessen, entwickelt sich eine konjunkturelle Dynamik, die sich lange in Gang halten kann.

PEKUNIÄRE EXTERNE EFFEKTE IN DER KONJUNKTURTHEORIE

Ein Konjunkturaufschwung ist eine sich selbst verstärkende Abfolge von unzähligen pekuniären externen Nutzen. Aus dem teufelskreisartigen Zusammenspiel vom vielen pekuniären externen Kosten resultiert ein Konjunkturabschwung.

In einem Aufschwung überwiegen die pekuniären externen Nutzen, in einer Rezession die pekuniären externen Kosten.

19. Der Kampf gegen Arbeitslosigkeit

DAS PRINZIP DER ANTIZYKLISCHEN KONJUNKTURPOLITIK

Der Staat soll Konjunkturpolitik betreiben und dafür sorgen, dass die Gesamtnachfrage möglichst gleichauf mit dem potentiellen BIP wächst.

In einem Aufschwung soll der Staat eine restriktive Konjunkturpolitik betreiben: die Gesamtnachfrage drosseln.

In einem Abschwung soll er eine expansive KP betreiben: die Gesamtnachfrage ausweiten.
→ antizyklische Konjunkturpolitik (Versuch von Regierung und Notenbank, durch aktive Massnahmen Konjunkturschwankungen zu glätten)

Der Staat hat 2 Möglichkeiten, das BIP-Wachstum zu stabilisieren:

- Antizyklische Fiskalpolitik: Versuch der Regierung, durch Veränderung der Ausgaben und Einnahmen die Gesamtnachfrage gleichmässiger ansteigen zu lassen.
(Ausgaben tätigen und Steuern verringern bei Rezession → vorübergehendes Staatsdefizit aber mehr Geld für Haushalte, die dann wieder mehr kaufen. Bei Boom: Ausgaben verringern und Steuern erhöhen → Haushalte werden im Konsum gebremst und Staat kann Defizit aus letztem Abschwung wieder abbauen.)

- Antizyklische Geldpolitik: Mit ihrem Einfluss auf das Zinsniveau und Wechselkurse eröffnen sich der Notenbank auch Möglichkeiten zur Einflussnahme auf Konsum, Investitionen, Exporte und Importe.
(bei einer drohenden Rezession Zinsen und Wert der eigenen Währung senken → es wird mehr investiert von den Haushalten, Exporte werden erleichtert, Importe erschwert. Bei erwartetem Boom und drohender Inflation Zinsen und Wert der eigenen Währung erhöhen → weniger Investitionen, es wird wieder mehr gespart, Exporte werden erschwert und Importe erleichtert.)

MAKROÖKONOMISCHE KONTROVERSE UND KONJUNKTURPOLITISCHE PROBLEME

Aktivisten (Keynesianer): Die Politik soll jeweils auf die konjunkturelle Situation reagieren, von Fall zu Fall entscheiden → diskretionäre Politik.
→ Edmond Malinvaud, Robert Gordon, Alan Blinder

Nichtaktivisten (Monetaristen): Das Marktsystem findet selber ein Gleichgewicht. Um keine unnötige und schädliche Verwirrung zu stiften, soll die Konjunkturpolitik an fixe Regeln gebunden werden. Sprung- und fehlerhafter geldpolitischer Aktivismus sei der Hauptgrund für Konjunkturschwankungen
→ Milton Friedmann

Neoklassiker: Haushalte und Unternehmen lassen sich nicht durch staatliche Massnahmen täuschen. Diskretionäre Politik ist also nutzlos.
→ Robert Lucas, Thomas Sargent

Der Erfolg antizyklischer Massnahmen kann durch Zeitverzögerungen (time lags) in Frage gestellt werden. So dauert es lange, bis Veränderungen des Steuersatzes wirklich eine Auswirkung zeigen und auch Zinsanpassungen wirken sich nicht sofort auf Konsum und Investition aus.

Es kann zudem zu grossen Staatsschulden kommen, wenn ein Staat ein Defizit in einer Rezession auf sich nimmt, dieses aber dann im Aufschwung nicht abbauen kann, weil sich das Land z.B. gerade mitten in den Wahlen befindet und deshalb die Steuern nicht erhöht werden können.

DIE HOHE EUROPÄISCHE ARBEITSLOSIGKEIT

Das Hysterese-Phänomen:

Mit jedem längeren Anstieg der Arbeitslosigkeit steigt auch die inflationsstabile ALquote. Dafür gibt es vor allem 2 Gründe:

- Langzeitarbeitslose verlieren Fachkenntnisse und Wertschätzung. Im Aufschwung kann es für Firmen leichter sein, mit höheren Löhnen der Konkurrenz Facharbeiter abzuwerben, statt Arbeitslose einzustellen.
- Wo Insider Marktmacht ausspielen können, werden sie bei einem Anstieg der Gesamtnachfrage höhere Löhne durchsetzen, auch wenn noch Arbeitswillige draussen warten.

Viele die bloss, aus konjunkturellen Gründen arbeitslos werden, bleiben im folgenden Aufschwung ohne Stelle, wenn dieser Aufschwung zu lange auf sich warten lässt. So wird ein konjunkturelles, im Prinzip vorübergehendes Problem hartnäckig. Ursprünglich konjunkturelle wird zu friktioneller, struktureller und institutioneller AL.

WIE LÄSST SICH DIE INFLATIONSTABILE ARBEITSLOSENQUOTE VERRINGERN?

- Informations- und Vermittlungsdienste
- Aus- und Weiterbildung
- Lohnsubventionen
- Konsequente antizyklische Konjunkturpolitik gegen Hysterese