

Voraussetzungen der Mikroökonomie

Prof. Dr. Eberhard Schott

SS 2024



hochschule aschaffenburg
university of applied sciences



I. Voraussetzungen der Mikroökonomie

1. Die zentralen Annahmen der Neoklassik und ihr Menschenbild
2. Das Problem der asymmetrischen Informationen
3. Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte



Die zentralen Annahmen der Neoklassik und ihr Menschenbild

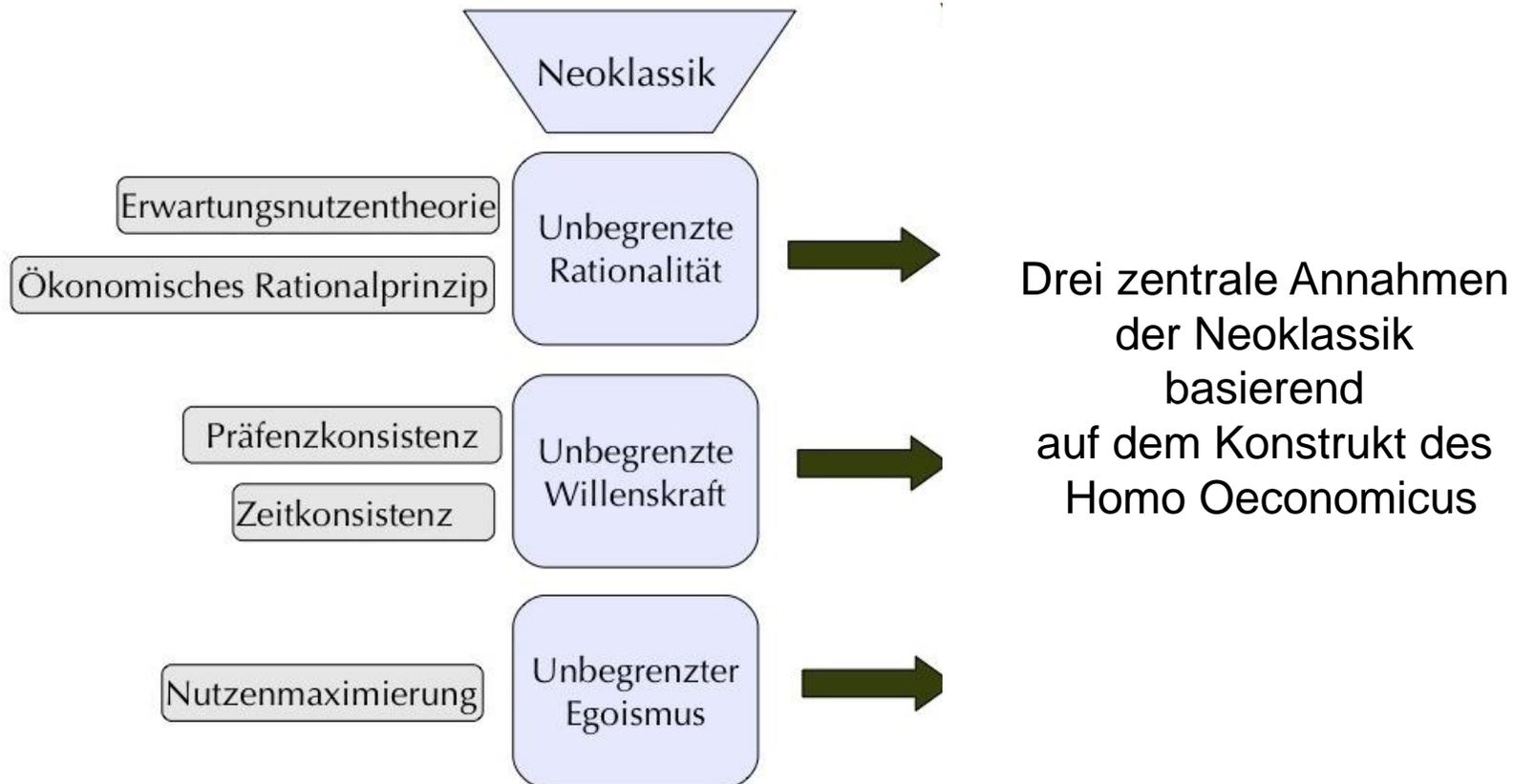
- Ausgangspunkt und Grundlage der mikroökonomischen Theorienbildung ist die Neoklassik.
- Mit der Entwicklung der subjektiven Werttheorie und des Marginalkalküls hat die Neoklassik einen kaum zu überschätzenden Beitrag geleistet.¹⁾
- Wesentlicher Ausgangspunkt ist das geschlossene mathematische Totalmodell zur formalen Abbildung des ökonomischen Geschehens von Walras.
- Das zentrale Konstrukt ist der Homo Oeconomicus und die „sonderbare Welt kostenloser Transaktionen“²⁾.

Bitte lesen sie den Text zum Homo Oeconomicus aus dem Moodle-Kurs und fassen Sie die wichtigsten Aussagen zusammen.

1) Vgl. Wohltmann in <http://wirtschaftslexikon.gabler.de/Archiv/54603/neoklassik-v8.html>

2) Richter/Furubotn 2003, S. 13.

Die zentralen Annahmen der Neoklassik und ihr Menschenbild



Aufgabe: Warum kann der Homo Oeconomicus nicht betrügen?



Die zentralen Annahmen der Neoklassik und ihr Menschenbild

Die Ergebnisse der neoklassischen Theorie beruht auf sehr restriktiven Annahmen:

- Methodologischer Individualismus
- Abkehr von der objektiven Wertlehre: nutzentheoretische Fundierung
- Kosten-Nutzen-Kalkül
- Homo Oeconomicus als rational handelnde, voll informierte und nutzenmaximierende Akteure
- Marginalismus
- Grenzproduktivitätstheorie der Verteilung
- Vollkommene Konkurrenz als Idealzustand
- Existenz von Gleichgewichten

"Research has suggested that this (die Annahmen der Neoklassik) is far from the case"¹⁾

1) N. Gregory Mankiw, Mark P. Taylor, Economics, 3. Auflage 2014, S. 126.



Die zentralen Annahmen der Neoklassik und ihr Menschenbild

- „Economics may borrow some methodology from the hard sciences but as a science of human behavior some of these methods are built on ever shifting sand”.¹⁾ (N. Gregory Mankiw)
- „The theories economists typically put forth about how the whole economy works are too simplistic.”²⁾ (George A. Akerlof, (Nobel Prize for Economics 2001), Robert J. Shiller (Nobel Prize for Economics 2013))
- „If an economist wished to study the horse, they wouldn't go and look at the horses. They'd sit in their studies and say to themselves, „what would I do if I were a horse?“ And they would soon discover that they would maximize their utilities.“ (Eli Devons, englischer Ökonom)
- Weitere Kritik aus studentischer Sicht: Netzwerk Plurale Ökonomik (siehe <https://pluraleoekonomikdresden.wordpress.com/neoklassik/>)

1) N. Gregory Mankiw, Mark P. Taylor, Economics – Special Edition with the coverage of the world financial crisis, 2010, S. 846.
2) George A. Akerlof, Robert J. Shiller, Animal spirits – How Human Psychology Drives the Economy, and why it Matters for Global Capitalism, Princeton 2009, S. 146.



I. Voraussetzungen der Mikroökonomie

1. Die zentralen Annahmen der Neoklassik und ihr Menschenbild
2. Das Problem der asymmetrischen Informationen
3. Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte



Das Problem der asymmetrischen Informationen

Ausgangspunkt ist die Informationsökonomik mit Ihren Arbeiten zur Informationsasymmetrie und dem daraus resultierenden Marktversagen:

- Informationen, die Unsicherheiten beheben oder schmälern können, sind häufig „privat“ bzw. verursachen Kosten, die für die jeweiligen Partner unterschiedlich sind.
- Daraus entsteht eine ungleiche Verteilung von Informationen.
- Dies führt zu beträchtlichen Schwierigkeiten für das effiziente Funktionieren von Märkten bis hin zum Marktversagen (siehe Akerlofs Gedankenexperiment „[Market of Lemons](#)“).



Das Problem der asymmetrischen Informationen

Akerlofs Gedankenexperiment „Market of Lemons“¹⁾

Auf einem Gebrauchtwagenmarkt gibt es zwei Arten von Autos:

- 50 ‚Lemons‘ – Autos schlechter Qualität
Käufer bezahlen bis zu 1.200 €, Verkäufer wollen mindestens 1.000 €
- 50 ‚Peaches‘ – Autos guter Qualität
Käufer bezahlen bis zu 2.400 €, Verkäufer wollen mindestens 2.000 €

Was passiert, wenn kein Käufer eine ‚Lemon‘ von einem ‚Peach‘ unterscheiden kann, die Besitzer jedoch die Qualität ihres Autos kennen?

In der mikroökonomischen Theorie würden die Käufer einen Erwartungswert bilden: $EW = 1.200 \text{ €} * 50\% + 2.400 \text{ €} * 50\% = 1.800 \text{ €}$.

Es kommt zur negativen Auslese: Alle Anbieter von Peaches würden aus dem Markt ausscheiden, da sie nicht für 1.800 € verkaufen wollen. Die Anbieter niedriger Qualität verdrängen die Anbieter hoher Qualität.

Wenn nur noch Lemons auf dem Markt sind, sinkt der EW auf 1.200 €.



Das Problem der asymmetrischen Informationen

Vollständige Marktzerstörung durch negative Auslese:

Es gibt zwei Typen von Regenschirmen :

- Regenschirme schlechter Qualität
Käufer bezahlen bis zu 8 €, Grenzkosten sind 10 €
- Regenschirme guter Qualität
Käufer bezahlen bis zu 14 €, Grenzkosten sind 11 €

Vor dem Kauf können die Käufer die Qualität nicht erkennen.

Falls es nur Produzenten hoher Qualität gibt, ist der Gewinn je Schirm 3 €.

Bei vollkommener Konkurrenz hat der einzelne Anbieter keinen Einfluss auf den Marktpreis und die –qualität.

Der Anreiz ist deshalb groß, schlechtere Qualität zu erzeugen, da der Gewinn dann 4 € beträgt. Dieser Anreiz gilt aber für alle Anbieter.

Da die Käufer aber für Schirme schlechter Qualität nur bereit sind 8 € zu bezahlen, werden auch diese Schirme vom Markt verschwinden.

Das Problem der asymmetrischen Informationen



hochschule aschaffenburg
university of applied sciences

**Privates Wissen
Partner A**

**Privates Wissen
Partner B**

Asymmetrische Informationsverteilung

Ausnutzen von Informationsvorsprüngen führt zu Adverse Selection - Falschwahl



Das Problem der asymmetrischen Informationen

Ausnutzung von Wissensvorsprünge am Beispiel des Wohnungsmarktes

Die Vermieter wissen mehr über

- Marktlage
- Ihre Zukunftspläne
- Mietpreisentwicklungen

Die Mieter wissen mehr über

- ihre Lebenslage
- Bedürfnisse
- Finanzielle Restriktionen

Asymmetrische Informationsverteilung

Führt zu Marktversagen, da Informationsvorsprünge ausgenutzt werden können.



Exkurs Gütereigenschaften

Das Problem der Qualitätsbestimmung

Zentral ist die Überprüfbarkeit der Qualität von Produkten¹⁾:

Suchgüter: Eigenschaft ist beim Kauf erkennbar

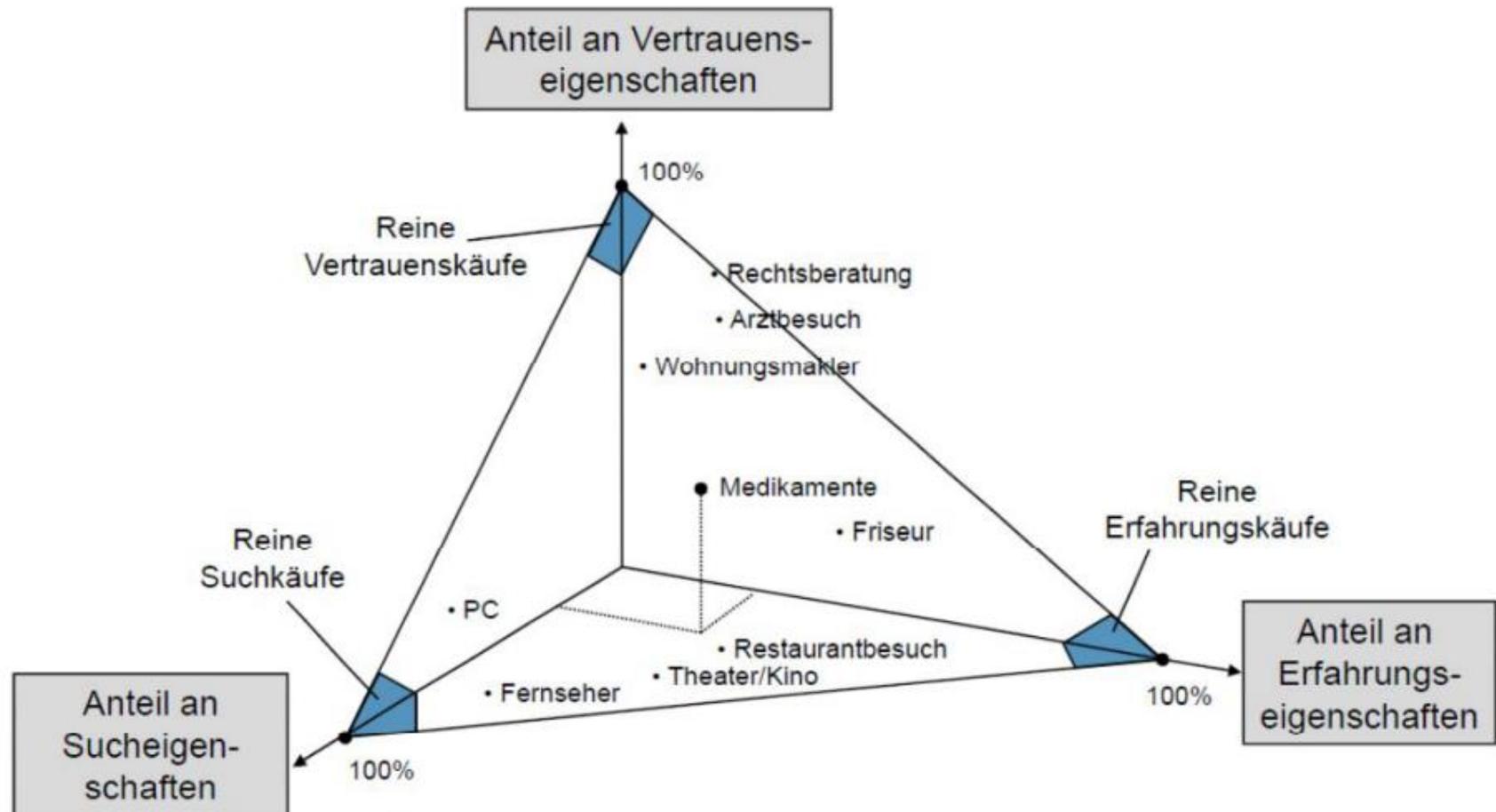
Erfahrungsgüter: Eigenschaft ist nach einmaliger
Inanspruchnahme/ Gebrauch/ Verbrauch erkennbar

Vertrauensgüter: Eigenschaft ist auch nach Inanspruchnahme/
Gebrauch/ Verbrauch nicht erkennbar

1) Diese Unterscheidung aus der Informationsökonomie ist zurückzuführen auf P. Nelson und M.R. Darby sowie E. Karni.

Exkurs Gütereigenschaften

Informationsökonomische Einordnung von Gütern



Quelle: Weiber/Adler (1995), S. 61



Exkurs Gütereigenschaften

01011
11101
01010

Digitale Güter sind tendenziell öffentliche Güter
(Allmendegüter, Clubgüter)

Merkmale	Rivalität	Nichtrivalität
Ausschließbarkeit	Private Güter z. B. Nahrungsmittel	Clubgüter z. B. Pay-TV
Nichtausschließbarkeit	Allmende Güter z. B. öffentliche Straßen mit Stau	Öffentliche Güter z.B. Straßenbeleuchtung

- Bei digitalen Gütern haben wir es fast immer mit Nichtrivalität zu tun.
- Aber der positive Netzwerkeffekt pro zusätzlichen Nutzer nimmt häufig mit zunehmender Netzgröße ab, während eine Vergrößerung der Nutzeranzahl evtl. auch zu Leistungseinbußen führen kann.

Übungsaufgaben zur Asymmetrischen Information



Bitte beantworten Sie die folgenden Fragen:

- 1) Sind soziale Netzwerke tendenziell öffentliche Güter? Gibt es ein Problem, wenn private Unternehmen öffentliche Güter anbieten?
- 2) Wieso gibt es einen Markt für Zukunftsvoraussagen?
Gibt es seriöse "Zukunftsvoraussagen?"



I. Voraussetzungen der Mikroökonomie

1. Die zentralen Annahmen der Neoklassik und ihr Menschenbild
2. Das Problem der asymmetrischen Informationen
3. Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte

Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte



Der Markt als Koordinationsinstrument¹⁾

- Die **unsichtbare Hand** (Adam Smith 1776) beschreibt wie der Markt egoistisches Handeln in einen Vorteil für die Gesellschaft transformiert.
- Der Markt ist dabei ein Instrument, das dafür sorgt, dass Produktion und Konsum als Ergebnis dezentralisierter Entscheidungen von vielen Unternehmen und Individuen koordiniert werden.
- Die Alternative zur Marktwirtschaft ist die **Planwirtschaft**, in der es tatsächlich eine zentrale Institution gibt, welche die Entscheidungen über Produktion und Konsum trifft.
- Die Erfahrung mit beiden Systemen zeigen, dass das ungeplante »Chaos« einer Marktwirtschaft im Ergebnis viel erfolgreicher als die »Planung« einer zentralen Verwaltungswirtschaft ist..

Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte



hochschule aschaffenburg
university of applied sciences

- Das neoklassischen Dogma ist eine Harmonielehre des Marktes¹⁾:
 - Alle Märkte (Güter-, Dienstleistungs-, Arbeits-, Geldmärkte) sind, von zeitlich kurzen Störungen abgesehen, ständig im Gleichgewicht. Indem sie über die Anpassung der Preise einen Ausgleich zwischen den in der Wirtschaft wirkenden Kräften herstellen, sorgen sie für die Übereinstimmung von Angebot und Nachfrage.
 - Und im Umkehrschluss: Sind empirische Märkte dauerhaft nicht im Gleichgewicht, so kann das nur durch marktfremde Einflüsse verursacht worden sein.
- Dies ist ein wesentliche Hintergrund für die teilweise heftige Ablehnung durch Keynesianer, den Vertretern der deutsche historische Schule und des amerikanischen Alten Institutionalismus.
- Trotzdem „die neoklassische Analyse dominiert ... weiterhin den „mainstream“ unserer Profession.“²⁾

1) <http://www.math.uni-hamburg.de/home/ortlieb/Exit1CPOMarktMaerchen.pdf>, S. 5.

2) Richter/Furubotn 2003, S. V.

Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte



Vollkommene Konkurrenz als wirtschaftspolitisches Leitbild¹⁾:

- Es gelten alle oben genannten Annahmen der neoklassischen Theorie
- Es bestehen keine sachlichen, persönlichen, räumlichen oder zeitlichen Präferenzen der Anbieter oder Nachfrager; die Güter sind daher homogen.
- Die Zahl der Anbieter und Nachfrager ist sehr groß, es besteht ein atomistischer Markt.
- Anbieter und Nachfrager können aufgrund ihres geringen Marktanteils durch ihr Verhalten den Preis nicht beeinflussen; sie verhalten sich daher als Mengenanpasser.
- Ergebnis: Maximale wirtschaftlicher Effizienz, marktleistungsgerechte Einkommensverteilung, optimale Faktorallokation (Produktionseffizienz) und Angebotssteuerung gemäß den Käuferpräferenzen (Tauscheffizienz)

Aber: „Aufgrund zahlreicher realitätsferner Annahmen über das Verhalten der Wirtschaftssubjekte und sonstiger vorherrschender Rahmenbedingungen sowie im Hinblick auf drohende Zielkonflikte taugt das Modell der vollkommenen Konkurrenz allenfalls bedingt als wirtschaftspolitisches Leitbild.“¹⁾ (Ingo Mecke, Bundeskartellamt)

Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte



Die Kritik an der vollkommenen Konkurrenz als Leitbild beruht folgenden Punkten¹⁾:

- (1) Zielkonflikte zwischen atomistischer Konkurrenz und Economies of Scale.
- (2) Die Homogenitätsbedingung passt nicht zur Notwendigkeit einer gewissen Produktdifferenzierung im Interesse der Befriedigung differenzierter Verbrauchewünsche.
- (3) mangelnde Anreizwirkung (Incentives), da bei vollständigem Wettbewerb der Preis als Datum und die Qualität infolge der Homogenitätsbedingung als Aktionsparameter ausscheiden. Im Modell des vollständigen Wettbewerbs sind daher Marktverhalten und Marktergebnis determiniert, sodass keine Wettbewerbsfreiheit mehr herrscht.
- (4) Das Modell der vollkommenen Konkurrenz ist statisch. Es gibt keinen Wettbewerb, da die Preise gesetzt sind und die Homogenitätsregel keinen Qualitätswettbewerb zulässt. Es vermag auch keine Erklärung der evolutorischen Entwicklung der Wirtschaft zu geben.

Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte



Marktversagen:

„Abweichungen des Ergebnisses marktmäßiger Koordination von der volkswirtschaftlich optimalen Allokation von Gütern und Ressourcen im Modell der vollkommenen Konkurrenz. Die Abweichungen zeigen einen potenziellen wirtschaftspolitischen Handlungsbedarf an.“¹⁾

Die durch das Marktversagen erzeugten Wohlfahrtsverluste sind eine mögliche Rechtfertigung für staatliches Eingreifen.

Diskutieren sie die Frage: Handelt es sich beim Markt für Mietwohnungen in Berlin um Staats- oder Marktversagen? Listen Sie die Anzeichen für Markt- und Staatsversagen auf.

Der Markt als überlegene Koordinationsform und die Realität unvollkommener Märkte



hochschule aschaffenburg
university of applied sciences

Klassische Kategorien von Marktversagen¹⁾:

- Öffentliche Güter
- Externalitäten
- Unvollkommene Information
- Marktmacht

Weitere Ursachen des Marktversagens²⁾:

- Abweichung der tatsächlichen von den in der neoklassischen Mikroökonomie unterstellten Bedingungen
- Makroökonomische Probleme der Instabilität (Konjunkturschwankungen)
- Marktablehnung bei verteilungs- und sozialpolitischen Schwierigkeiten
- Staatsversagen (wenn der Staat durch sein Eingreifen die Marktungleichgewichte noch verstärkt)

1) https://www.springerprofessional.de/marktversagen/20109240?wt_mc=offsi.lex.literatur.serp.-.x

2) <https://wirtschaftslexikon.gabler.de/definition/marktversagen-37289>