

Gleichgewicht

KS Einführung in die Volkswirtschaftslehre

Martina Zweimüller

Institut für Volkswirtschaftslehre

Letzte Aktualisierung: 30. April 2026



Themen

1. Märkte verstehen
2. Marktgleichgewicht
3. Veränderungen des Marktgleichgewichts
4. Staatliche Interventionen
5. Marktversagen

Was ist ein Markt?

- Jeder beliebige Schauplatz, an dem potentielle KonsumentInnen (Nachfragende) auf potentielle VerkäuferInnen (Anbietende) treffen.

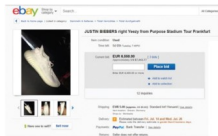
■ Beispiele:

- Einkaufen: Nachfrage nach Verbrauchsgütern
- Arbeiten: Angebot von Arbeitskraft
- Reparaturen: Nachfrage nach Dienstleistung
- Sparen: Angebot von Krediten
- Borgen: Nachfrage nach Krediten
- Studium: Nachfrage nach Bildung
- Nachhilfe: Angebot von Bildung



Curved Light USA/Alamy

Posted prices at a café



Justin's right shoe, selling at auction



NetPhotos/Alamy

Online prices for a new TV



Michael Nagle/Bloomberg/Getty Images

Floor of the New York Stock Exchange

Quelle: Stevenson und Wolfers (2020):Fig. 1

Was passiert auf Märkten?

- Märkte organisieren wirtschaftliche Aktivitäten und bestimmen
 - was produziert wird
 - wie viel produziert wird
 - wer es produziert
 - für wen es produziert wird
 - zu welchem Preis
- Sie bringen potentielle KonsumentInnen mit potentiellen VerkäuferInnen zusammen.
- Marktergebnisse werden durch die Kräfte von Angebot und Nachfrage bestimmt.
- Märkte sind überall.
 - Heiratsmarkt
 - Markt für Wählerstimmen
 - ...

Marktwirtschaft vs. Planwirtschaft

■ Marktwirtschaft

- Entscheidungen werden dezentral getroffen
- Preis hat Informationsfunktion für Anbieter und Nachfrager \Rightarrow Signal
- Preis hat Koordinierungsfunktion für Angebot und Nachfrage

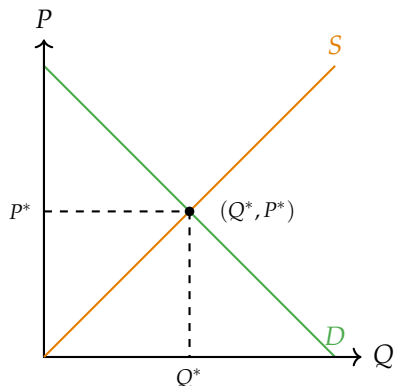
■ Planwirtschaft

- Entscheidungen über Mengen und Preise werden zentral getroffen
- Preis ist kein Signal für Angebot und Nachfrage
- Folge: Knappheit oder Überschussangebot



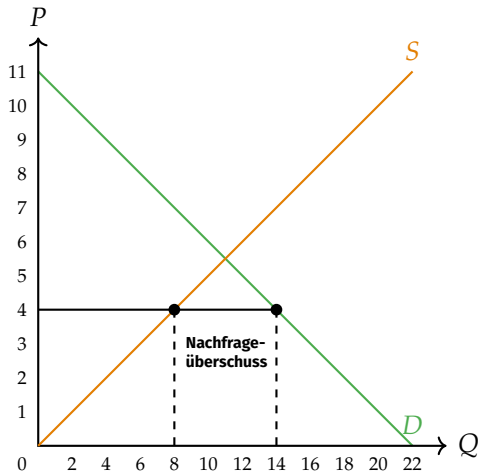
Marktgleichgewicht

- Ein Markt befindet sich im **Gleichgewicht**, wenn der Preis ein Niveau erreicht, wo angebotene und nachgefragte Menge gleich sind.
 - Gleichgewichtspreis P^*
 - Gleichgewichtsmenge Q^*
- **Marktgleichgewicht** \Rightarrow Punkt, in dem es keine Tendenz zu Veränderung gibt
 - Gegenkräfte befinden sich im Gleichgewicht
 - weder Anbietende noch Nachfragende haben Anreiz ihr Verhalten zu ändern



Abweichung vom Marktpreis

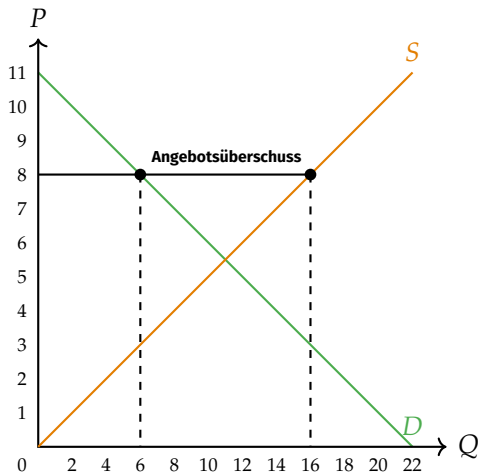
Knappheit



- Liegt der Preis unter dem Gleichgewichtspreis, so ist die angebotene Menge kleiner als die nachgefragte Menge.
- Es gibt einen Nachfrageüberschuss \Rightarrow **Knappheit**.
- Der Marktpreis wird steigen.

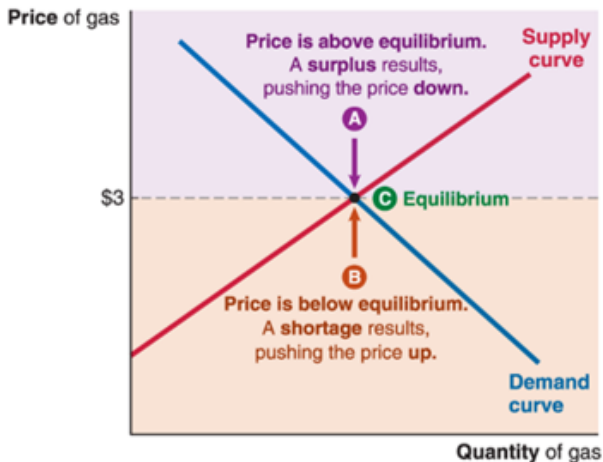
Abweichung vom Marktpreis

Angebotsüberschuss



- Liegt der Preis über dem Gleichgewichtspreis, so ist die angebotene Menge größer als die nachgefragte Menge.
- Es gibt einen (Angebots-) **Überschuss**.
- Der Marktpreis wird sinken.

Märkte nähern sich immer dem Gleichgewicht an



Quelle: Stevenson und Wolfers (2020)

Warum gibt es einen einheitlichen (Markt-)Preis?

- In einer **Marktwirtschaft** werden (Kauf)Entscheidungen dezentral getroffen.
- Solange das Marktgleichgewicht noch nicht erreicht ist, führen laufende Anpassungen der MarktteilnehmerInnen hin zum Marktgleichgewicht ⇒ **Marktmechanismus**
- Wichtiges Merkmal von Wettbewerbsmärkten ⇒ **vollkommene Information**
 - KonsumentInnen sind perfekt über Preise informiert (lernen)
 - ProduzentInnen wissen wie viel die KonsumentInnen bereit sind zu zahlen
- Unter diesen Voraussetzungen ist ein einheitlicher (Markt-)Preis realistisch.
- Wenn die KonsumentInnen schlecht informiert sind, können sich die Preise zwischen den AnbieterInnen unterscheiden.
 - Beispiel: Touristen

Effizienz von Märkten (vs. Gerechtigkeit)

- Im Marktgleichgewicht werden nur Transaktionen durchgeführt, die für beide Seiten von Vorteil sind.
- Das Marktergebnis ist **effizient**, wenn der Markt funktioniert.
- Effizienz befasst sich damit, **wie ein bestimmtes Ziel am besten erreicht** werden kann.
- Effizienz \neq **Gerechtigkeit**
- Ein effizientes Ergebnis muss aber nicht gerecht sein!

Die (inverse) Nachfragekurve

■ Nachfragekurve: $Q_D(P)$

- nachgefragte Menge eines Gutes in Abhängigkeit von dessen Preis

■ Inverse Nachfragekurve: $P(Q_D)$

- Preis eines Gutes in Abhängigkeit von der nachgefragten Menge

■ Rechnerisch handelt es sich um ein Umformung

- $Q_D(P) = 22 - 2P$
- $P(Q_D) = 11 - 0,5Q_D$

■ Bei grafischen Darstellungen wird der Preis immer auf der y-Achse aufgetragen; dies entspricht der inversen Nachfragekurve.

Die (inverse) Angebotskurve

■ Angebotskurve: $Q_S(P)$

- angebotene Menge eines Gutes in Abhängigkeit von dessen Preis

■ Inverse Angebotskurve: $P(Q_S)$

- Preis eines Gutes in Abhängigkeit von der angebotenen Menge

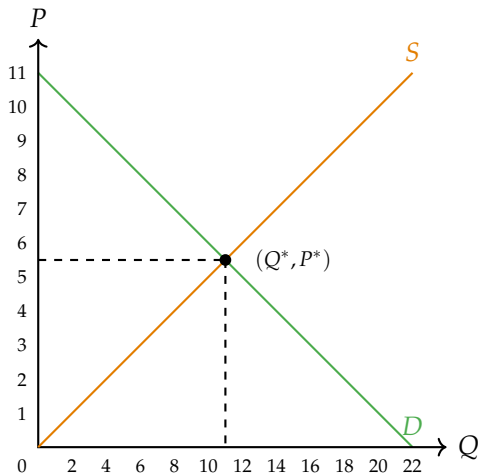
■ Rechnerisch handelt es sich um ein Umformung

- $Q_S(P) = 2P$
- $P(Q_S) = 0,5Q_S$

■ Bei grafischen Darstellungen wird der Preis immer auf der y-Achse aufgetragen; dies entspricht der inversen Angebotskurve.

Bestimmung des Marktgleichgewichts

Graphisch & rechnerisch



■ Nachfragekurve: $P = 11 - 0,5Q_D$

$$\Leftrightarrow Q_D(P) = 22 - 2P$$

■ Angebotskurve: $P = 0 + 0,5Q_S$

$$\Leftrightarrow Q_S(P) = 2P$$

■ Gleichgewicht ermitteln:

$$\begin{aligned} Q_D &= Q_S \\ 22 - 2P &= 2P \end{aligned}$$

■ Nach P auflösen:

$$\begin{aligned} 22 &= 4P \\ P^* &= 5,5 \end{aligned}$$

■ Q^* in $Q_D(P)$ oder $Q_S(P)$ einsetzen:

$$Q_D(P^*) = 22 - 2 \cdot 5,5 = 11$$

$$Q_S(P^*) = 2 \cdot 5,5 = 11$$

$$Q^* = 11$$

Bestimmung des Marktgleichgewichts

Rechenbeispiel

$$Q_D(P) = 14 - 2P$$

$$Q_S(P) = 2P - 2$$

1. Berechnen Sie das Marktgleichgewicht (P^* , Q^*).
2. Stellen Sie die Marktangebotskurve, die Marktnachfragekurve und das Marktgleichgewicht grafisch dar.



Warum sind Diamanten teuer und Wasser billig?



AlmarinaStudio/Shutterstock

- Wasser ist lebensnotwendig, Diamanten nicht
 - hohe Nachfrage nach Wasser
 - geringe Nachfrage nach Diamanten



Rashid Valltov/Shutterstock

Warum sind Diamanten teuer und Wasser billig?



AlmarinaStudio/Shutterstock

- Wasser ist lebensnotwendig, Diamanten nicht
 - hohe Nachfrage nach Wasser
 - geringe Nachfrage nach Diamanten
- Preise werden sowohl durch die Nachfrage als auch durch das Angebot bestimmt.
 - Diamanten sind knapp/teuer in der Förderung; Wasser nicht \Rightarrow Angebotsseite



Rashid Vallitov/Shutterstock

Warum sind Diamanten teuer und Wasser billig?



AlmarinaStudio/Shutterstock



Rashid Vallitov/Shutterstock

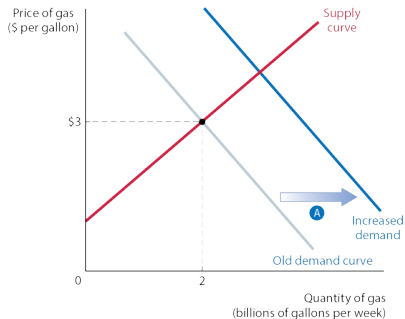
- Wasser ist lebensnotwendig, Diamanten nicht
 - hohe Nachfrage nach Wasser
 - geringe Nachfrage nach Diamanten
- Preise werden sowohl durch die Nachfrage als auch durch das Angebot bestimmt.
 - Diamanten sind knapp/teuer in der Förderung; Wasser nicht \Rightarrow Angebotsseite
- Preise werden durch das Marginalprinzip bestimmt \Rightarrow Grenznutzen vs. Grenzkosten
 - der Gesamtnutzen von Wasser ist sehr hoch
 - der Grenznutzen von Wasser ist relativ niedrig sofern Wasser nicht knapp ist
 - die Zahlungsbereitschaft für eine weitere Einheit Wasser ist eher niedrig

Änderung von Angebot und Nachfrage

- Eine Verschiebung der Angebotskurve bzw. eine Verschiebung der Nachfragekurve führen dazu, dass sich Gleichgewichtspreis und -menge ändern.
- Um die Änderungen abzuschätzen, ist es sinnvoll Angebot und Nachfrage in einem Diagramm darzustellen.

Erhöhung der Nachfrage

A An increase in demand causes the demand curve to shift right.

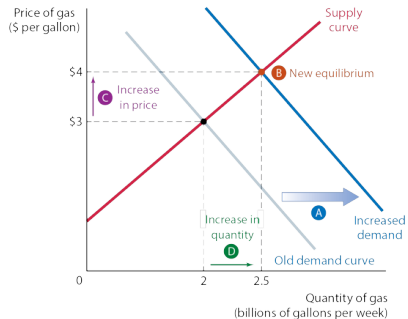


A An increase in demand causes the demand curve to shift right.

B This leads to a new supply-equals-demand equilibrium.

C Leading to an increase in the price.

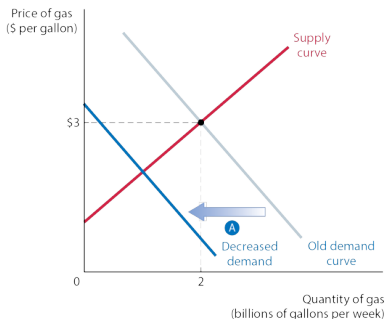
D And an increase in quantity.



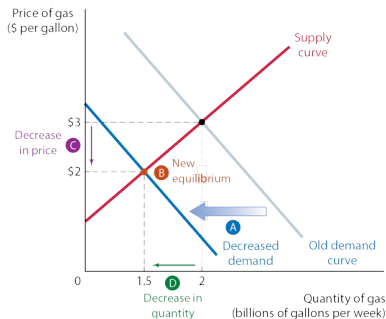
Quelle: Stevenson und Wolfers (2020)

Reduktion der Nachfrage

- A A decrease in demand causes the demand curve to shift left.



- A A decrease in demand causes the demand curve to shift left.
- B This leads to a new supply-equals-demand equilibrium.
- C Leading to a decrease in the price.
- D And a decrease in quantity.



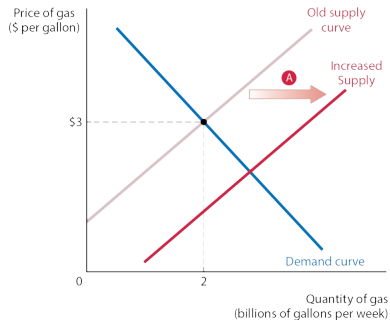
Quelle: Stevenson und Wolfers (2020)

Faktoren, die zu Nachfrageverschiebungen führen

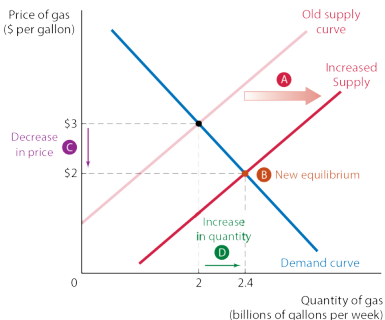
- Einkommen
 - Präferenzen
 - Preise von Komplementen und Substituten
 - Erwartungen
 - Überlastungs- und Netzwerkeffekte
 - Art und Anzahl der KonsumentInnen
-
- Eine Preisänderung führt **nicht** zu einer Verschiebung der Nachfrage!

Erhöhung des Angebots

- A An increase in supply causes the demand curve to shift right.



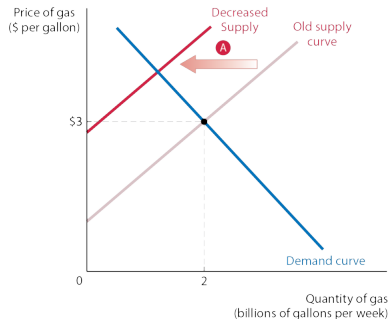
- A An increase in supply causes the demand curve to shift right.
- B This leads to a new supply-equals-demand equilibrium.
- C Leading to a decrease in the price.
- D And an increase in quantity.



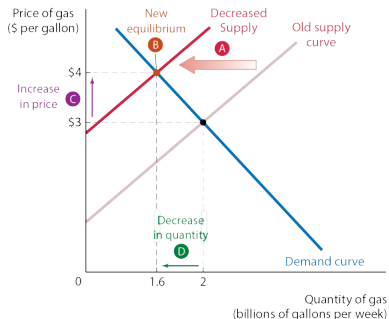
Quelle: Stevenson und Wolfers (2020)

Reduktion des Angebots

- A A decrease in supply causes the demand curve to shift left.



- A A decrease in supply causes the demand curve to shift left.
- B This leads to a new supply-equals-demand equilibrium.
- C Leading to an increase in the price.
- D And a decrease in quantity.



Quelle: Stevenson und Wolfers (2020)

Faktoren, die das Angebot verschieben

- Inputpreise
 - Produktivität und Technologie
 - andere Möglichkeiten und Preise von ähnlichen Produkten
 - Erwartungen
 - Art und Anzahl der VerkäuferInnen
-
- Eine Preisänderung führt **nicht** zu einer Verschiebung des Angebots.

Drei-Schritt-Rezept um Marktergebnisse vorherzusagen

1. Verschiebt sich die Angebots- oder die Nachfragekurve (oder beide)?
2. Ist ein Anstieg dafür verantwortlich, dass sich die Kurve nach rechts verschiebt? Oder ist ein Rückgang dafür verantwortlich, dass sich die Kurve nach links verschiebt?
3. Wie werden sich Preise und Mengen im neuen Gleichgewicht ändern?



Veränderung des Marktgleichgewichts

Beispiel I

- Die Bundesregierung verkündet den Plan in die Forschung und Entwicklung billigerer Batterien für Elektroautos zu finanzieren.
- Der Leiter der Elektroautoabteilung eines Autokonzerns möchte wissen, wie diese Innovationen den Elektroautomarkt beeinflussen könnten.

Veränderung des Marktgleichgewichts

Beispiel II

- Aufgrund einer Dürre in Kalifornien steigen die Bewässerungskosten für Bauern und Bäuerinnen.
- Mandelanbau ist ein wasserintensiver Prozess.
- Wie wird die Dürre den Markt für Mandeln beeinflussen?

Was passiert, wenn sich Angebot und Nachfrage gleichzeitig verschieben?

- Vor einigen Jahren befand sich die globale Wirtschaft in einer Rezession und die Rohölpreise stiegen steil an.
 - Die Rezession senkte die Einkommen der KonsumentInnen \Rightarrow Verschiebung der Nachfrage nach links
 - Höhere Ölpreise erhöhten die Kosten für BenzinanbieterInnen \Rightarrow Verschiebung der Angebotskurve nach links
- Welchen Einfluss haben diese Verschiebungen auf den Benzinmarkt?
 - Es kommt darauf an, welche der beiden Kurven sich stärker verschiebt.
 - Der tatsächliche Effekt hängt davon ab, welche Kurve sich am stärksten verschiebt.

Was passiert, wenn sich Angebot und Nachfrage gleichzeitig verschieben?

Analyze two cases: Case 1 A big demand shift with a small supply shift.

Case 2 A small supply shift with a big demand shift.

A A decrease in both supply and demand causes both curves to shift left.

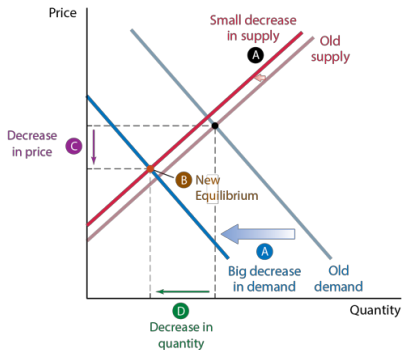
B This leads to a new supply=equals=demand equilibrium.

Implications depend on whether it's a big shift in supply and a small shift in demand, or a small shift in supply and a big shift in demand.

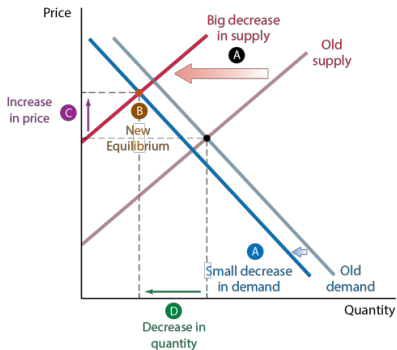
C The price could rise or fall: It falls in Case 1, but rises in Case 2.

D And a decrease in quantity occurs in either scenario.

Case 1: A Big Shift in Demand and a Small Shift in Supply



Case 2: A Small Shift in Demand and a Big Shift in Supply



Quelle: Stevenson und Wolfers (2020)

Staatliche Intervention

- Auf dem freien Wettbewerbsmarkt bestimmen Angebot und Nachfrage den Preis sowie die abgesetzte Menge eines Gutes.
- Die Gesetze von Angebot und Nachfrage führen den freien Markt dabei ins Gleichgewicht, Angebots- oder Nachfrageüberschüsse treten nur temporär auf.
- Wie verändert jedoch staatliche Intervention (wirtschaftspolitische Massnahmen) diese Ergebnisse?

Staatliche Intervention

Knappheit von Taxis und Wohnungen in New York

„New York ist ein Ort, wo man praktisch alles finden kann ...



...außer ein Taxi, wenn man es braucht

...und eine hübsche Wohnung, die man sich leisten kann.“



Staatliche Intervention

Knappheit von Taxis und Wohnungen in New York

- Die Knappheiten in New York (und auch anderen Städten) sind das Ergebnis von politischen Maßnahmen, die verhindern, dass sich der Markt zum Gleichgewicht bewegt.
 - Die Knappheit von Wohnraum ist das Ergebnis von *Mietpreiskontrollen*.
 - Die Taxiknappheit ist das Ergebnis eines *Lizenzvergabesystems*.
- Mietpreiskontrollen und Lizenzvergabesysteme sind Beispiele für **Preisvorschriften** bzw. **Mengenbeschränkungen**, zwei Formen von **staatlichen Markteingriffen**.

Preisvorschriften

- Angenommen, das Gleichgewicht am unregulierten Markt (Marktgleichgewicht) ist effizient, d. h., es gibt kein Marktversagen.
 - Wozu gibt es Preisvorschriften?

Preisvorschriften

- Angenommen, das Gleichgewicht am unregulierten Markt (Marktgleichgewicht) ist effizient, d. h., es gibt kein Marktversagen.
 - Wozu gibt es Preisvorschriften?
- Stellen Sie sich vor, ...
 - dass das Marktgleichgewicht am Wohnungsmarkt zu Mieten führt, die sich ein durchschnittlicher Mieter nicht leisten kann.
 - dass das Marktgleichgewicht am Arbeitsmarkt zu Lohnsätzen führt, die unterhalb der Armutsgrenze liegen.

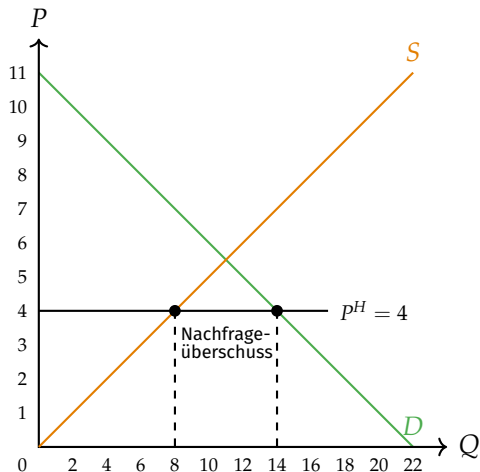
Preisvorschriften

- Angenommen, das Gleichgewicht am unregulierten Markt (Marktgleichgewicht) ist effizient, d. h., es gibt kein Marktversagen.
 - Wozu gibt es Preisvorschriften?
- Stellen Sie sich vor, ...
 - dass das Marktgleichgewicht am Wohnungsmarkt zu Mieten führt, die sich ein durchschnittlicher Mieter nicht leisten kann.
 - dass das Marktgleichgewicht am Arbeitsmarkt zu Lohnsätzen führt, die unterhalb der Armutsgrenze liegen.
- Preisvorschriften sind gesetzliche Beschränkungen, wie hoch ein Marktpreis steigen darf bzw. wie tief ein Marktpreis sinken darf.
 - **Höchstpreis:** gesetzl. Obergrenze für den Preis den ein Anbieter verlangen darf
 - **Mindestpreis:** gesetzl. Untergrenze für den Preis, den ein Käufer zahlen muss

Höchstpreis

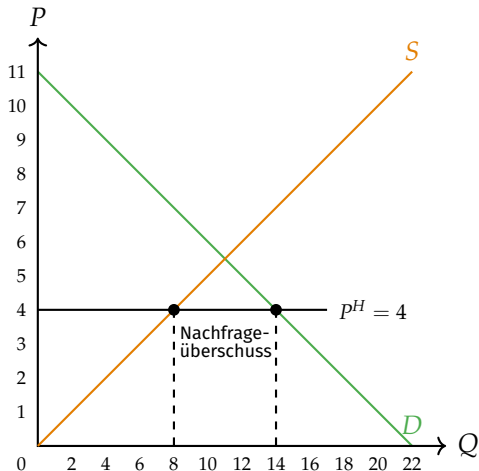
Beispiel

- Höchstpreis $P^H = 4$



Höchstpreis

Beispiel



■ Höchstpreis $P^H = 4$

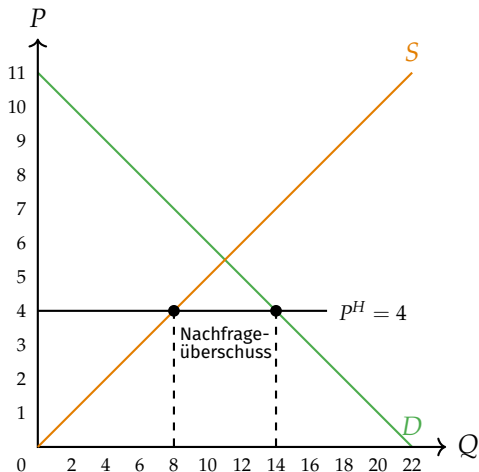
■ Nachfrage:

$$Q^D(P) = 22 - 2P$$

$$Q^D(4) = 22 - 2 \cdot 4 = 14$$

Höchstpreis

Beispiel



■ Höchstpreis $P^H = 4$

■ Nachfrage:

$$Q^D(P) = 22 - 2P$$

$$Q^D(4) = 22 - 2 \cdot 4 = 14$$

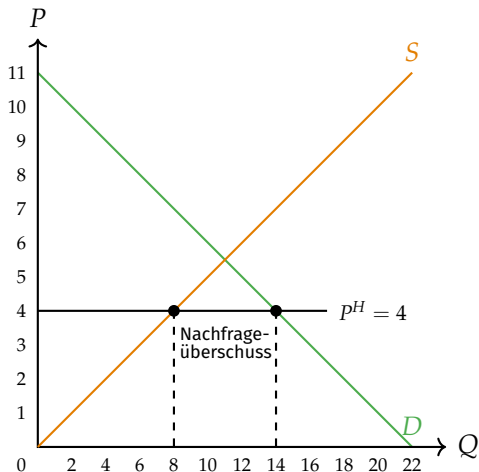
■ Angebot:

$$Q^S(P) = 2P$$

$$Q^S(4) = 2 \cdot 4 = 8$$

Höchstpreis

Beispiel



■ Höchstpreis $P^H = 4$

■ Nachfrage:

$$Q^D(P) = 22 - 2P$$

$$Q^D(4) = 22 - 2 \cdot 4 = 14$$

■ Angebot:

$$Q^S(P) = 2P$$

$$Q^S(4) = 2 \cdot 4 = 8$$

■ Nachfrageüberschuss:

$$Q^D(4) > Q^S(4)$$

$$14 - 8 = 6$$

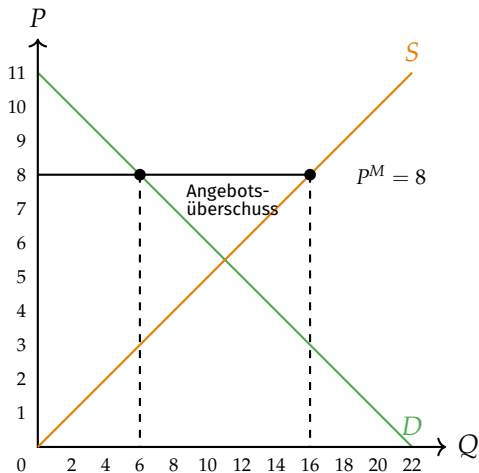
Auswirkungen von Höchstpreisvorschriften

- Höchstpreisvorschriften reduzieren die gehandelte Menge eines Gutes und führen zu einer **ineffizient niedrigen Menge**.
- Gewinner (am Wohnungsmarkt)
 - Mieter, die für eine Wohnung weniger Miete zahlen
- Verlierer (am Wohnungsmarkt)
 - Mieter, die aufgrund des gesunkenen Angebotes keine Wohnung mehr finden
 - Vermieter, die weniger Miete für ihre Wohnungen erhalten
 - Vermieter, die ihre Wohnung nicht mehr vermieten, da ihre Kosten über dem Höchstpreis liegen

Mindestpreis

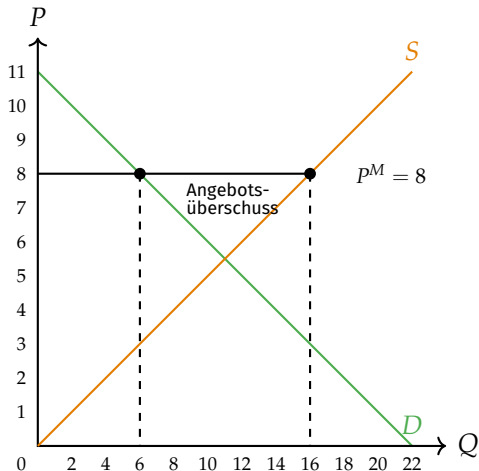
Beispiel

- Mindestpreis $P^M = 8$



Mindestpreis

Beispiel



■ Mindestpreis $P^M = 8$

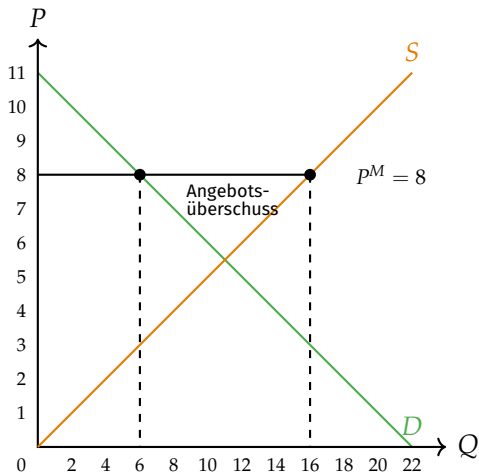
■ Nachfrage:

$$Q^D(P) = 22 - 2P$$

$$Q^D(8) = 22 - 2 \cdot 8 = 6$$

Mindestpreis

Beispiel



■ Mindestpreis $P^M = 8$

■ Nachfrage:

$$Q^D(P) = 22 - 2P$$

$$Q^D(8) = 22 - 2 \cdot 8 = 6$$

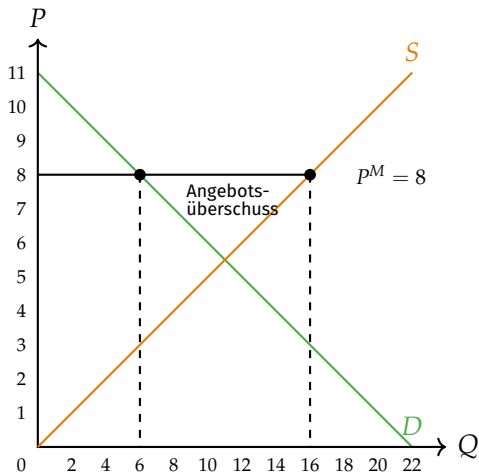
■ Angebot:

$$Q^S(P) = 2P$$

$$Q^S(8) = 2 \cdot 8 = 16$$

Mindestpreis

Beispiel



■ Mindestpreis $P^M = 8$

■ Nachfrage:

$$Q^D(P) = 22 - 2P$$

$$Q^D(8) = 22 - 2 \cdot 8 = 6$$

■ Angebot:

$$Q^S(P) = 2P$$

$$Q^S(8) = 2 \cdot 8 = 16$$

■ Angebotsüberschuss:

$$Q^S(8) > Q^D(8)$$

$$16 - 6 = 10$$

Auswirkungen von Mindestpreisvorschriften

- Mindestpreisvorschriften reduzieren die gehandelte Menge eines Gutes und führen zu einer **ineffizient niedrigen Menge**.
- Gewinner:
 - ProduzentInnen, die einen höheren Preis für ihr Gut erhalten
- Verlierer:
 - ProduzentInnen, die ein Gut aufgrund der gesunkenen Nachfrage nicht mehr verkaufen/produzieren
 - KonsumentInnen, die mehr für das Gut bezahlen müssen
 - KonsumentInnen, die das Gut nicht mehr kaufen obwohl ihre Zahlungsbereitschaft über den Produktionskosten liegt

Staatliche Intervention

Preisvorschriften

- Höchstpreis $P^H < P^*$ \Rightarrow Knappheit
 - Gewinner & Verlierer
- Höchstpreis $P^H > P^*$ \Rightarrow Gleichgewicht
 - kein Effekt

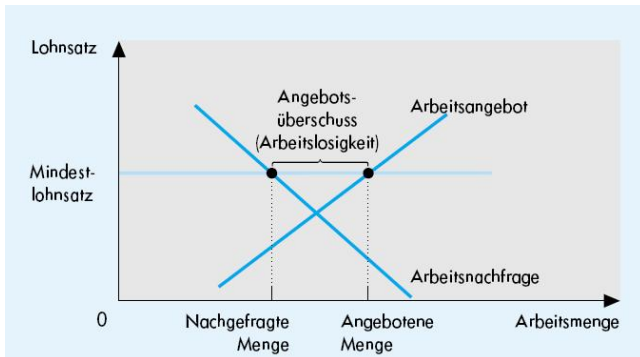
Staatliche Intervention

Preisvorschriften

- Höchstpreis $P^H < P^*$ \Rightarrow Knappheit
 - Gewinner & Verlierer
- Höchstpreis $P^H > P^*$ \Rightarrow Gleichgewicht
 - kein Effekt
- Mindestpreis $P^M > P^*$ \Rightarrow Überschussangebot
 - Gewinner & Verlierer
- Mindestpreis $P^M < P^*$ \Rightarrow Gleichgewicht
 - kein Effekt

Beispiel: Mindestlöhne

- Untergrenze für den Stundenlohn eines Arbeitnehmers
- Im neoklassischen Wettbewerbsmodell reduziert der Mindestlohn die Arbeitsnachfrage der Firmen \Rightarrow Arbeitsangebotsüberschuss (Arbeitslosigkeit).
- Arbeitsmarkt ist kein Wettbewerbsmarkt
- Die empirische Evidenz zeigt keine bzw. kaum Auswirkungen auf die Arbeitsnachfrage



Andere Marktinterventionen

- **Mengenbeschränkungen (Quoten)** \Rightarrow Obergrenze für die Menge eines Gutes, die gehandelt werden darf \Rightarrow **Höchstmenge**
- **Steuern & Subventionen** \Rightarrow verändern ebenfalls die freien Marktergebnisse, wobei gilt:

Preis der Verkäufer \neq Preis der Käufer

Effizienz versus Verteilung (Gerechtigkeit)

- Preisvorschriften führen zu Effizienzverlusten (Annahme: Gleichgewicht am unregulierten Markt ist effizient), können aber aus verteilungspolitischen Gründen gerechtfertigt sein, z.B., wenn
 - die Preise für lebensnotwendige Güter wie Wohnungen oder Nahrungsmittel so hoch sind, dass sich ein durchschnittlicher Haushalt diese Güter nicht leisten kann.
 - die Löhne so niedrig sind, dass sie unter der Armutsgrenze liegen.
- Wenn das Gleichgewicht am unregulierten Markt nicht effizient ist (z.B. durch Marktversagen), dann können Staatseingriffe die Effizienz erhöhen.

Marktversagen

- Im Gleichgewicht des Wettbewerbsmarktes ist das Marktergebnis effizient.
- Aus Effizienzgründen ist keine (staatliche) Intervention notwendig.
- Wenn **Marktversagen** vorliegt, d.h., die Preise senden falsche Signale an die Konsumenten und Produzenten, ist das Gleichgewicht des Wettbewerbsmarktes ineffizient.
- Staatliche Markteingriffe können bei Vorliegen von Marktversagen effizient sein!

Marktversagen

Gründe

- **Informationsasymmetrien** \Rightarrow Konsumenten sind nicht vollständig über die Eigenschaften (Qualität) eines Gutes informiert und können folglich keine optimale Konsumententscheidung treffen (z.B. Gebrauchtwagen)

Marktversagen

Gründe

- **Informationsasymmetrien** \Rightarrow Konsumenten sind nicht vollständig über die Eigenschaften (Qualität) eines Gutes informiert und können folglich keine optimale Konsumententscheidung treffen (z.B. Gebrauchtwagen)
- **Externe Effekte (Externalitäten)** \Rightarrow Kosten/Nutzen, die durch Produktion oder durch Konsum entstehen und nicht über den Marktpreis abgegolten werden

Marktversagen

Gründe

- **Informationsasymmetrien** \Rightarrow Konsumenten sind nicht vollständig über die Eigenschaften (Qualität) eines Gutes informiert und können folglich keine optimale Konsumententscheidung treffen (z.B. Gebrauchtwagen)
- **Externe Effekte (Externalitäten)** \Rightarrow Kosten/Nutzen, die durch Produktion oder durch Konsum entstehen und nicht über den Marktpreis abgegolten werden
 - **negative** Externalitäten: nicht-kompensierte Kosten, die Dritten entstehen \Rightarrow externe Kosten
 - ▶ Beispiele: Luftverschmutzung, Lärmbelästigung, Rauchen

Marktversagen

Gründe

- **Informationsasymmetrien** \Rightarrow Konsumenten sind nicht vollständig über die Eigenschaften (Qualität) eines Gutes informiert und können folglich keine optimale Konsumententscheidung treffen (z.B. Gebrauchtwagen)
- **Externe Effekte (Externalitäten)** \Rightarrow Kosten/Nutzen, die durch Produktion oder durch Konsum entstehen und nicht über den Marktpreis abgegolten werden
 - **negative** Externalitäten: nicht-kompensierte Kosten, die Dritten entstehen \Rightarrow externe Kosten
 - ▶ Beispiele: Luftverschmutzung, Lärmbelästigung, Rauchen
 - **positive** Externalitäten: Dritten entstehen Vorteile, ohne dass die „Verursacher“ dafür kompensiert wird \Rightarrow externer Nutzen
 - ▶ Beispiel: Unternehmen profitieren (lernen) von anderen Unternehmen, die besonders innovativ sind, da die Innovationen kopiert werden können

Marktversagen

Gründe

- **Informationsasymmetrien** \Rightarrow Konsumenten sind nicht vollständig über die Eigenschaften (Qualität) eines Gutes informiert und können folglich keine optimale Konsumententscheidung treffen (z.B. Gebrauchtwagen)
- **Externe Effekte (Externalitäten)** \Rightarrow Kosten/Nutzen, die durch Produktion oder durch Konsum entstehen und nicht über den Marktpreis abgegolten werden
 - **negative** Externalitäten: nicht-kompensierte Kosten, die Dritten entstehen \Rightarrow externe Kosten
 - ▶ Beispiele: Luftverschmutzung, Lärmbelästigung, Rauchen
 - **positive** Externalitäten: Dritten entstehen Vorteile, ohne dass die „Verursacher“ dafür kompensiert wird \Rightarrow externer Nutzen
 - ▶ Beispiel: Unternehmen profitieren (lernen) von anderen Unternehmen, die besonders innovativ sind, da die Innovationen kopiert werden können
- **Öffentliche Güter:** Güter, die durch die Eigenschaften Nicht-Ausschließbarkeit und Nicht-Rivalität gekennzeichnet sind, wodurch das Problem des *“Free-Riding”* (Trittbrettfahrer-Verhalten) entsteht (z.B. Straßenbeleuchtung, Parks).

Zusammenfassung

- Märkte spielen eine zentrale Rolle unserer Gesellschaft.
- Ein Gleichgewicht wird erreicht wenn Angebot und Nachfrage gleich groß ist.
- Die Auswirkungen von veränderten Marktbedingungen können anhand folgender Fragen evaluiert werden:
 - Welche Kurve verschiebt sich?
 - Anstieg oder Rückgang?
 - Welche Auswirkung auf Preis und Menge?
- Der Staat hat verschiedene Instrumente um auf einem zu Markt intervenieren.
 - Handelt es sich um einen Wettbewerbsmarkt führt diese Intervention zu einer Verschlechterung.
 - Liegt Marktversagen vor, so führt (bzw. kann) dies zu einer Verbesserung.

Fragen?

Literaturverzeichnis

- ▶ Stevenson, Betsey und Justin Wolfers (2020). *Principles of Economics*. Macmillan Learning UK.