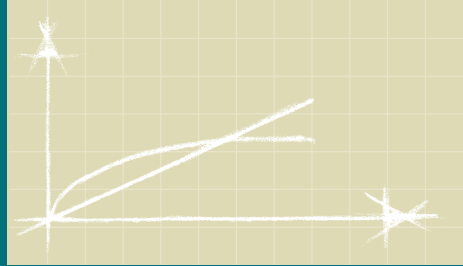


Alexander W. Hunziker

Spass am ökonomischen Denken



Die wichtigsten Konzepte
einfach erklärt

VERLAG:SKV

VORWORT



- «In einem kleinen Artikel fragte die NZZ kürzlich: Wer fängt den letzten Fisch? Eine interessante Frage. Sie steht vor dem Hintergrund scheinbar immer knapper werdender Ressourcen auf der Erde. Können Sie sie beantworten?» (Schweigen) «Nicht? Aber als Ökonominnen und Ökonomen könnten Sie mir vielleicht sagen, was der letzte Fisch kostet?» (Schweigen) «Nicht auf Franken und Rappen genau, einfach so ungefähr...»
- «Der letzte Fisch müsste unglaublich teuer sein!»
- «Genau, und wie teuer wäre es wohl, ihn zu fangen?» (Schweigen) «Stellen Sie sich die Weite der Weltmeere vor. Irgendwo hat es noch einen einzigen Fisch ... Würden Sie sich für eine Million Dollar auf die Suche machen?» (Schweigen) «Für eine Milliarde?»
- «Nein, das ist ja völlig aussichtslos!»
- «Okay, aber das ist doch schade, wenn man sich so ein tolles Geschäft durch die Lappen gehen lassen muss. Gibt es da nicht noch eine andere Möglichkeit, vom hohen Fischpreis zu profitieren?»

- «Man könnte Fische züchten.»
- «Ja natürlich. Wie viele Fischzüchtereien gäbe es alleine in Europa, wenn sich der Fischpreis verzehnfachen würde? Wahrscheinlich ziemlich viele! Also zurück zur Frage: Wer fängt den letzten Fisch?»
- «Niemand.»

Mit solchen und ähnlichen Dialogen habe ich als unterrichtender Assistent an der Uni Zürich während sechs Jahren versucht, die Studierenden für das Fach Volkswirtschaft zu begeistern. Ein kritisches Publikum. Die meisten unter ihnen wollten eigentlich Betriebswirtschaftslehre studieren und sahen in der Volkswirtschaftslehre ein notwendiges Übel. Vermutlich habe ich gerade deshalb so viel von diesem Publikum gelernt. Als sich das Ende meiner Unterrichtstätigkeit abzeichnete, habe ich versucht, den Geist der Lektionen einzufangen, die mir gemeinsam mit den Studierenden am besten gelungen sind.

Dass wirklich ein Buch daraus entstanden ist, liegt erstens an ein paar besonderen Studierenden, die meine ersten Versuche gelesen und mir wichtige Anmerkungen und Mut gegeben haben. Zweitens liegt es am Verlag, der die Selbstsicherheit besass, ein Buch herauszugeben, das offenbar in kein Konzept passt. Und drittens liegt es wohl an meiner Einstellung zum Lernen: Egal, was man in einem Fach für Noten hatte, an eins mag man sich auch nach Jahren noch erinnern: Ob es Spass gemacht hat. Und das ist wahrscheinlich der Schlüsselfaktor dafür, ob man sich an die Inhalte noch erinnert und – wenn nicht – später einmal ein entsprechendes Fachbuch zur Hand nimmt. Natürlich braucht es für den Lernerfolg immer Konzentration und Ruhe. Aber damit fremde Gedanken zu den eigenen werden braucht es auch eine persönliche Auseinandersetzung, die über das Intellektuelle hinausgeht: Den Spass beim Lernen. Dazu einen Beitrag zu leisten ist wirklich erstrebenswert.

Bern, 2008

Der Autor

INHALT



I	WAS IST ÖKONOMISCHES DENKEN?	11
	1. Ökonomisches Denken: Was ist das?.....	13
	2. Rationalität: Gar nicht so dumm.....	16
	3. Diskriminierende Evidenz: Der Unterschied, der den Unterschied macht	18
	4. Modellbildung: Die Story von der Modelleisenbahn	20
	5. Vergleichende Argumentation: Das Nirvana kann warten	22
	6. Ökonomisches Denken: Definierbar?.....	24
II	OPTIMIEREN	27
	7. Grenznutzen und Grenzkosten: Wie finde ich das Optimum?.....	29
	8. Optimieren Sie grafisch!.....	33
III	ANGEBOT UND NACHFRAGE.....	37
	9. Das Nachfragegesetz: Eine reine Preisfrage.....	39
	10. Das Gesetz des Einheitspreises	42

11. Das Angebot: Auch eine reine Preisfrage	44
12. Das Null-Gewinn-Theorem oder Warum Konkurrenz für Konsumenten gut ist	47
13. Das Gesetz von Angebot und Nachfrage: Wie hoch ist der Preis?	50
14. Das Wertparadoxon: Ein Problem?	52
15. Das Gesetz von Angebot und Nachfrage anwenden.....	55
IV EFFIZIENZ	59
16. Effizienz: Die ökonomische Messlatte	61
17. Warum sind Märkte effizient?	63
V KONZEPTE	67
18. Opportunitätskosten: Sie verzichten immer auf irgendetwas	69
19. Trade-Off: Kein Nirvana, aber möglichst nahe	72
20. Versunkene Kosten: Atlantis spielt keine Rolle	74
21. Komparative Kosten: Bestimmen der Arbeitsteilung.....	77
22. Moral Hazard: Warum Versicherungen schlecht sind	79
23. Das öffentliche Gut: Winkelried war (k)ein Idiot!	82
24. Negative externe Effekte: Das Umweltproblem...	85
25. Positive externe Effekte sind negativ	91
26. Agency-Problem: Wer kontrolliert die Kontrolleure?	94
27. Transaktionskosten: Wenn der Weg zum Restaurant zu weit ist.....	97
28. Zum Schluss.....	101
VI FRAGEN UND ANTWORTEN	103
29. Übungsfragen	105
30. Antworten	109
Anmerkungen	115
Literatur	118

WAS IST ÖKONOMISCHES DENKEN?

I

Einfache Fragen sind oft schwer zu beantworten. Das gilt auch hier. Um Ihnen den Einstieg leicht zu machen, lernen Sie eine einfache Definition kennen. Dann schliessen Sie persönlich Bekanntschaft mit den vier Fachausdrücken «Rationalität», «diskriminierende Evidenz», «Modellbildung» und «vergleichende Argumentation». Diese Bekanntschaften werden Sie dann dabei unterstützen, wenn es am Schluss darum geht, die präzisere Definition zu bewältigen.

1.
ÖKONOMISCHES DENKEN:
WAS IST DAS?



Was würden Sie tun, wenn Sie auf einer menschenleeren Strasse eine Hundert-Franken-Note auf dem Boden liegen sehen? – Mag sein, dass Ihnen Gedanken durch den Kopf gehen wie «Ist das eine Falle?», «Wo ist die versteckte Kamera?» und so weiter. Aber würden Sie es ausschliessen, dieses hübsche Papierstückchen aufzuheben und einzustecken? – Aus ökonomischer Warte lautet die Frage nicht, was Sie tun würden, sondern, was würde irgendein Mensch tun, der in «gesundem Mass egoistisch und nicht dumm» ist.

Diese Frage ist so zentral, dass die Ökonomen diesem Menschen einen Übernamen gegeben haben. Zwar hätten Sie ihn auch Jack oder Freddy nennen können, aber das war ihnen zu einfach, sie nannten ihn HOMO OECONOMICUS, das ist lateinisch und klingt viel gescheiter. Diesen Homo Oeconomicus hat nie jemand gesehen, da er eine Abstraktion ist. Was man von ihm weiss, ist lediglich, dass er eben in gesundem Mass egoistisch ist und nicht dumm. Da diese Eigenschaften beide gleichzeitig zutreffen müssen, genügt auch ein einziger Ausdruck: RATIONAL.

Im obigen Beispiel würde unser Homo Oeconomicus die Hunderternote sicher aufheben und das heisst, dass wenn Sie das auch tun würden, dann sind Sie rational (Bravo!).

Vielleicht weckt der Ausdruck «rational» bei Ihnen nicht so viele positive Assoziationen wie bei einem Ökonomen. Vielleicht denken Sie manchmal: «Warum auch immer so rational sein, Dummheiten machen doch viel mehr Spass!» – Nun, die Erfahrung dürfte Ihnen nicht fremd sein, dass wenn die Dummheit einmal begangen ist, die Welt eben anders aussieht. Und warum sieht die Welt anders aus? Weil Sie nicht unendlich viel Geld haben, um Bussen zu zahlen, weil Sie nicht unendlich viel Zeit haben, um sich langweilige Kinofilme anzusehen, weil Sie nicht unendlich viele Nerven haben, sich mit Ihren wütenden Nachbarn herumzuzergern. Diese Tatsache nennt der Ökonom schlicht KNAPPHEIT. Wenn Sie es sich genau überlegen, merken Sie, dass eigentlich alles, was Spass macht, knapp ist: Honigbrote, gute Kinofilme, Karibikferien usw. Und was macht man in so einer Situation? Man probiert, mit dem was man hat, das Beste zu machen: Man OPTIMIERT. Und genau mit diesem Prozess, wie Menschen mit Dingen umgehen, die nicht im Überfluss vorhanden sind (wie beispielsweise Hunderternoten auf menschenleeren Strassen), damit befasst sich die Ökonomie. Wie erwähnt unter der Annahme von Rationalität. – Oder anders gesagt:

ÖKONOMIE IST DIE FRAGE DANACH, WIE MENSCHEN, SOWEIT SIE RATIONAL SIND, MIT KNAPPEN MITTELN UMGEHEN.

Wenn Sie die obigen Zeilen verstanden haben, so haben Sie den zentralen Kern der Ökonomie begriffen. Der Grund, warum Sie vielleicht doch noch weiterlesen sollten, ist, dass aus diesem Kern ganz interessante Pflänzchen spriessen und dieses Spriessen, dieses systematische Ableiten aus wenigen Grundannahmen, dies ist das ÖKONOMISCHE DENKEN. Wie Sie gleich sehen werden, ist auch das keine Hexerei, aber es braucht eine

gewisse Übung, in praktischen Problemen die Ansatzpunkte für die ökonomischen Konzepte zu erkennen. Dieses kleine Werk will Ihnen zeigen, wie die Welt durch die Brille des Ökonomen aussieht. Am Ende sollten Sie in der Lage sein, Probleme selbstständig ökonomisch zu analysieren.

Falls Sie nun finden, der ökonomische Ansatz sei ein bisschen gar einfach erklärt worden, dann haben Sie recht. Deshalb wird in einem späteren Kapitel (nämlich Nummer 6) dieses Thema nochmals aufgenommen.

In einem einzigen Punkt ist Vorsicht geboten, wenn Sie trainieren, die Welt durch die ökonomische Brille zu sehen: Denken Sie bitte daran, hin und wieder zu testen, ob Sie in der Lage sind, diese Brille auch wieder auszuziehen. Wenn nicht, sollten Sie dieses Buch sofort weglegen und entweder einen Psychiater konsultieren oder Professor für Ökonomie werden.

Ökonomie ist die Wissenschaft von der optimalen

Verwendung knapper Ressourcen.

III

ANBEBOT UND NACHFRAGE

Das Gesetz von Angebot und Nachfrage bestimmt auf einem freien Markt bekanntlich den Preis. Für das Verständnis wirtschaftlicher Prozesse ist es ein ganz zentraler Punkt.

Sie werden sehen, wie sich die Nachfrage aus dem Optimierungsverhalten der Nachfrager ableitet und wie sich das Angebot aus dem Optimierungsverhalten der Anbieter ergibt. Der Begriff «Einheitspreis» wird Sie unterstützen, das Gesetz von Angebot und Nachfrage zu verstehen. Und das «Wertparadox» liefert Ihnen – sozusagen als Dreingabe – ein eindruckliches Beispiel dafür, was das Gesetz in der Praxis bedeutet.

9.

DAS NACHFRAGEGESETZ: EINE REINE PREISFRAGE



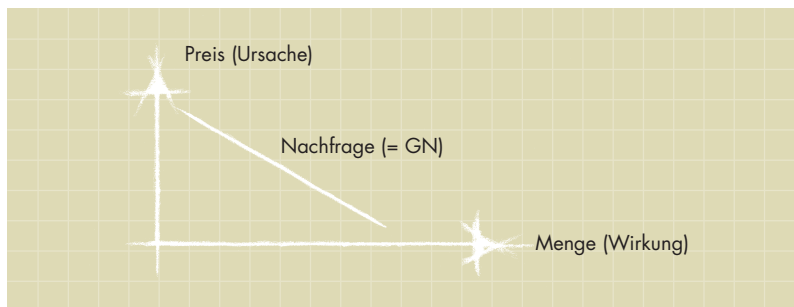
Achten Sie beim Kauf von Tomaten auf den Preis?

- Wenn Tomaten teurer werden, dann kaufen die Leute weniger Tomaten als vorher, als sie noch billiger waren.

Wenn Menschen rational sind, wie werden sie dann auf eine Preiserhöhung reagieren? Man muss wirklich kein Ökonom sein, um zu wissen, dass man von Dingen, die sich verteuern, tendenziell weniger kauft und umgekehrt, von Dingen, die billiger werden, mehr. Ein bisschen Ökonom muss man allerdings sein, um sofort zu sehen, dass dieses Gesetz sich direkt aus der Annahme der Rationalität herleiten lässt. Das heisst: Wenn Menschen rational sind, dann müssen sie Produkte vermehrt nachfragen, wenn deren Preise fallen.⁴

Ökonomen stellen das Nachfragegesetz meist grafisch dar. Sie zeichnen ein Diagramm mit zwei Achsen. An der senkrechten Achse tragen sie die Preise (pro Stück oder pro Kilogramm) ab, an der waagrechten die verkaufte Menge (z.B. in Stück pro Monat). In diesem Diagramm zeichnen sie Punkte ein. Wenn der Preis für Tomaten in der Schweiz soundso hoch ist, werden in der Schweiz soundso viele Tomaten verkauft. Das ergibt

einen Punkt. Und wenn der Preis etwas tiefer ist, dann werden etwas mehr verkauft. Das gibt einen weiteren Punkt. Und so fährt man weiter, bis sich die vielen Punkte aneinanderreihen und eine Linie ergeben: Die NACHFRAGEKURVE.



Wenn wir das so aufzeichnen, dann ist klar, dass die Nachfragekurve genau der GRENZNUTZENKURVE (GN) entspricht, die wir im vorhergehenden Kapitel angetroffen haben. Der einzige Unterschied ist, dass wir hier mehrere Individuen gleichzeitig betrachten, während es vorher immer nur um einzelne Individuen gegangen ist. Die Linie braucht übrigens nicht so gerade zu sein wie in der Grafik, sie könnte im Einzelfall gekrümmt sein, wie das die Bezeichnung «Kurve» ja bereits nahe legt. Das ist egal, Hauptsache sie fällt.

Mathematiker zeichnen auch oft solche Diagramme. Sie haben sich angewöhnt, die Ursachen auf die waagrechten Achsen zu schreiben und die Wirkungen auf die senkrechten. Ökonomen machen es genau umgekehrt. Das hebe ich deshalb heraus, weil das manchmal zu Verwechslungen führt: Weil der Preis höher ist (Ursache), darum ist die nachgefragte Menge geringer (Wirkung), nicht umgekehrt!

Was haben wir jetzt durch diese grafische Darstellung gewonnen? Viel eigentlich nicht – vorläufig. Diese Darstellungsform wird uns später aber noch sehr gute Dienste leisten – warten Sie es ab.

Eins möchte ich noch anmerken: Wir haben jetzt stillschweigend angenommen, dass die anderen Preise gleich geblieben sind. Würden nämlich die Preise aller anderen Güter genau gleich steigen wie die der Tomaten, sähe die Sache ganz anders aus. Wenn also gesagt wurde, die Tomaten werden teurer, so war gemeint, sie verteuern sich im Vergleich zu den anderen Gütern. Man spricht also vom RELATIVEN PREIS: Menschen reagieren systematisch auf veränderte relative Preise.

Das Nachfragegesetz ist ganz zentral.

Es lautet: Was sich relativ verteuert, wird weniger nachgefragt.

Die Nachfragekurve entspricht der Grenznutzenkurve.

14.

DAS WERTPARADOXON: EIN PROBLEM?



Das Gesetz von Angebot und Nachfrage, wenn es auch heute zu den absoluten Basics der Ökonomie zählt, war nicht von alters her bekannt. Man stellte sich folgende, völlig berechtigte Frage:

■ Wasser ist zum Leben notwendig, Diamanten sind es nicht.

Warum sind dann Diamanten so viel teurer als Wasser?

Diese Frage blieb lange unbeantwortet und ging unter dem Namen «Wertparadoxon» in die Literatur ein. Die Grundidee des Problems ist:

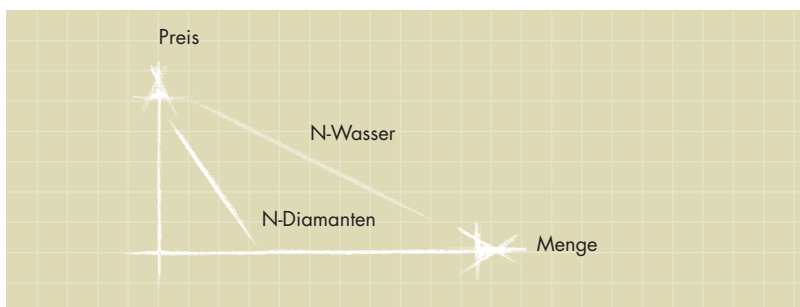
■ Je lebenswichtiger etwas ist, desto mehr sind die Konsumenten bereit, dafür zu bezahlen.

Das ist natürlich grundsätzlich richtig, aber die Bereitschaft zu bezahlen, bestimmt nicht alleine den Preis. Wenn Sie sich den Abschnitt über den Einheitspreis in Erinnerung rufen, können Sie die entscheidende Frage selbst stellen: Wer kauft ein Kilogramm Peperoni für 7 Franken, wenn man das gleiche für 5 Franken haben kann? – Niemand! (Jedenfalls nicht ein Homo Oeconomicus.) Da können Peperoni noch so lebenswichtig sein. Somit sind Sie bereits in der Lage, das Wertparadox zu

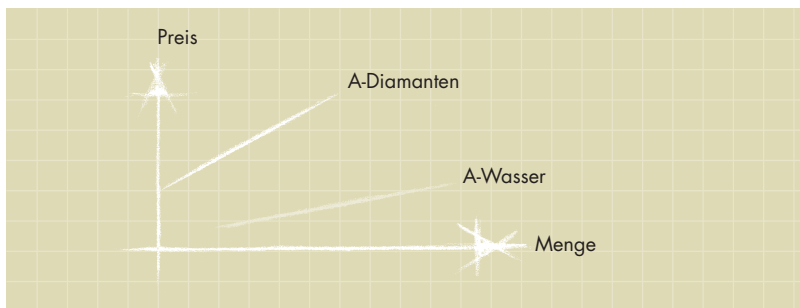
lösen. Sie wissen nämlich: Es gibt für ein Gut nur einen Preis und dieser entspricht den Grenzkosten der Produktion.⁷

Die Lösung des Wertparadoxons lautet also: Die Grenzkosten der Wasserproduktion sind viel niedriger als die der Diamantenproduktion. (Gemeint ist hier nicht die künstliche Herstellung, sondern das Auffinden und Bearbeiten von natürlichen Diamanten.) Dies ist so stark der Fall, dass die höhere Zahlungsbereitschaft für Wasser überkompensiert wird. – Als «Fingerübung» sozusagen können wir das Problem und dessen Lösung grafisch darstellen:

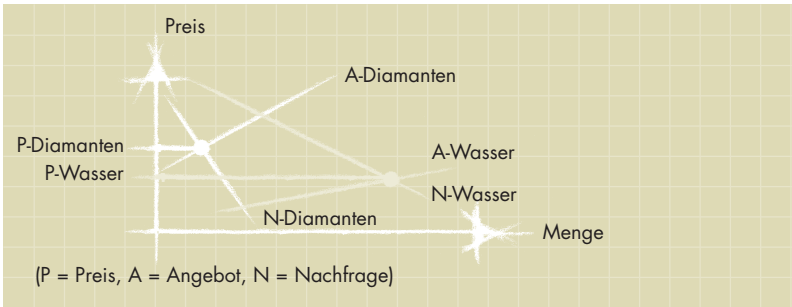
Zuerst zeichnen wir die beiden Nachfragekurven:



Dann zeichnen wir die beiden Angebotskurven:



Und dann legen wir beide übereinander und ziehen von den jeweiligen Schnittpunkten eine horizontale Linie zur Preisachse, damit wir dort den Preis ablesen können.



So, jetzt atmen Sie einmal tief durch. Was war eigentlich das Problem? Man hat nur die Nachfrage berücksichtigt, nicht aber das Angebot. – Dass man da nicht schon früher darauf gekommen ist...

Das Gesetz von Angebot und Nachfrage

ist nicht völlig trivial.