

## Errata zum Studienbuch „Mikroökonomik“

Prof. Dr. rer. pol. Martin Ehret  
 Fachhochschule Südwestfalen, Standort Meschede  
 Version vom 27.06.2012

Im Folgenden finden Sie Korrekturen der wichtigsten bisher bekannten Fehler. Die Verbesserungen sind rot (wo möglich).

S. 35:

Stattdessen brechen in Europa Banken zusammen, wenn **an der** Wall Street die Kurse purzeln.

S. 95

Wenn ihr Einkommen auf € 40.000 ansteigt, verschiebt sich ihre Nachfragekurve zu D2. Zu jedem **gegebenen** Preis möchte Mara dann mehr DVDs kaufen

S. 114

Der Viehzüchter spezialisiert sich auf Fleisch und teilt sein Zeitbudget wie folgt **ein**: Er produziert 18 kg (6 Std.) Fleisch und nur noch 12 kg Kartoffeln (2 Std.). Sie einigen sich, die Menge von 5 kg Fleisch gegen 15 kg Kartoffeln zu tauschen

S. 122

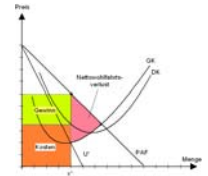
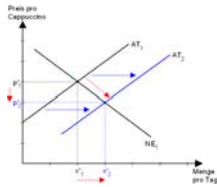
Im Text werden ein Ackerbauer und ein Viehzüchter verglichen. Es ist bekannt, wie viele Kartoffeln und wie viel **Fleisch** beide jeweils pro Arbeitsstunde herstellen können und vor diesem Hintergrund macht jeder das, was er relativ am besten kann

S. 124

Eine Ausweitung des Außenhandels führt zu Produktivitätsfortschritten (die Produktionsmöglichkeitskurve aus Kapitel **2.1.5** wird nach außen verschoben). Aber eine höhere Produktivität eröffnet immer zwei Möglichkeiten:

S. 131

Diese kurz angerissenen Beispiele sollen Ihnen einen ersten Eindruck davon vermitteln, wie zentral die Stellschrauben Angebot und Nachfrage für das Funktionieren einer Marktwirtschaft sind. In diesem **Kapitel** steigen wir in das Thema mit einem weiteren einfachen Modell ein.



S. 140

Preis für Cappuccino in € je Tasse	Nachfragemenge von Cappuccino (in Tassen/pro Tag)
0,00	10
0,25	9
0,50	8
0,75	7
1,00	6
1,25	5
1,50	4
1,75	3
2,00	2
2,25	1
2,50	0

S. 143

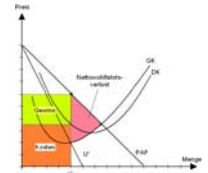
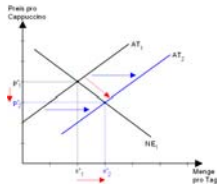
Wenn das Dingsbums **billig** ist, wollen Sie **viel**. Also: Preis niedrig Menge viel. Tragen Sie auch diesen Punkt **ein**.

S. 149

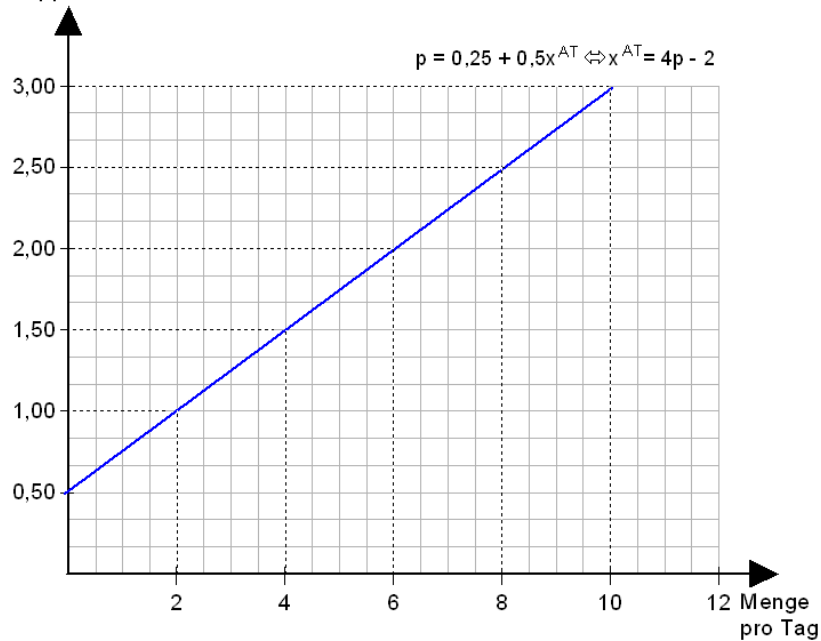
Dann wollen weniger Nachfrager diese Produkte kaufen.

S. 153: Gleichungen der Geraden

**Abbildung 0.1: Die Angebotskurve**



Preis pro Cappuccino



$$p = 0,25x^{AT} + 0,5 \Leftrightarrow x^{AT} = 4p - 2$$

S. 158

Die Preise anderer Güter spielen auch für die Anbieter eine Rolle: Wenn der Preis von Cafe-au-Lait **steigt**, wird zum gleichen Preis weniger Cappuccino angeboten. Für den Cafe-Betreiber ist es ja profitabler, seine Maschine zur Cafe-au-Lait-Produktion einzusetzen

S. 208

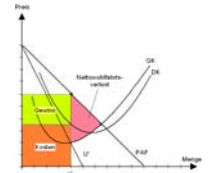
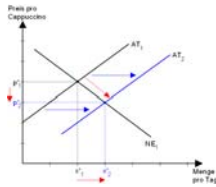
Das könnten wir jetzt entweder für alle **12,5** Wohnungen einzeln ausrechnen und dann aufaddieren, um auf die gesamten Kosten der Maßnahme zu kommen.

S. 221

Die prozentuale Änderung der Nachfragemenge

$$\frac{7 - 10}{10} = \frac{-3}{10} = -0,3 = -30\%$$

S. 231



Die nachfolgende Graphik zeigt die Wirkung einer Preiserhöhung von € 2,00 auf € 2,20. Aufgrund des Mengenrückgangs sinkt der Umsatz um das Flächenstück A, durch den Preiseffekt, ausgedrückt durch das Flächenstück B, steigt der Umsatz. Man erkennt, dass der Umsatz angestiegen ist: Mit der Fläche B sind 1 Karos hinzugekommen, mit der Fläche A fallen aber nur 10 Karos weg.

### S.233

Preisänderung 1) Absolut 2) Relativ		Mengenänderung 1) Absolut 2) Relativ	Elastizität	Umsatz vor Preiserhöhung	Umsatz nach Preiserhöhung
1) $2,20 - 2,00 = 0,20$ 2) $0,20 / 2,00 = 10 \%$	<b>Elastisch</b>	1) $80 - 100 = -20$ 2) $-20 / 100 = -20 \%$	$\epsilon = -20/10 =  2 $	$U = 2,00 \cdot 100 = 200$	$U = 2,20 \cdot 80 = 176$
	<b>Unelastisch</b>	1) $95 - 100 = -5$ 2) $-5 / 100 = -5 \%$	$\epsilon = -5/10 =  1/2 $	$U = 2,00 \cdot 100 = 200$	$U = 2,20 \cdot 95 = 209$

=-5

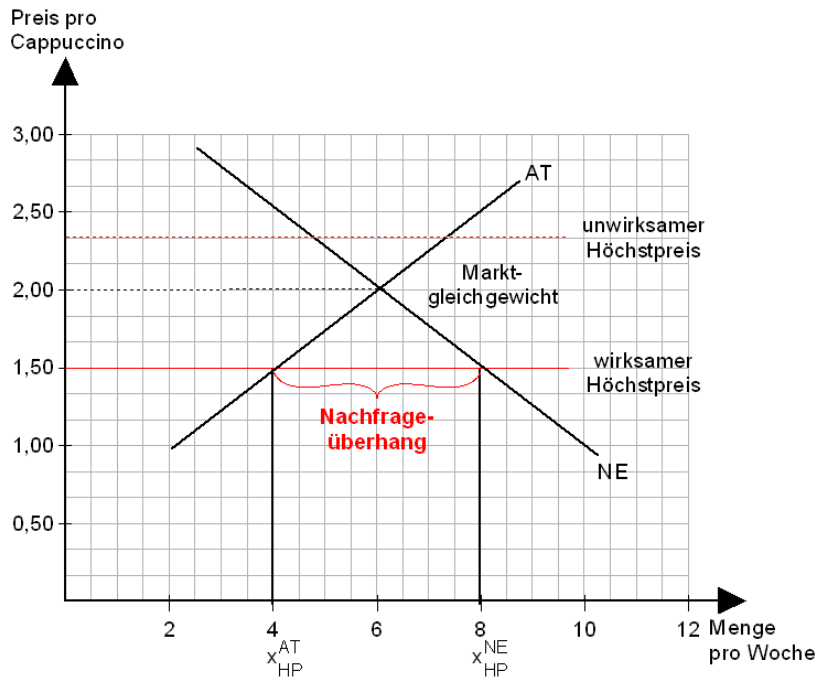
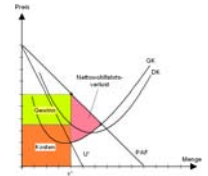
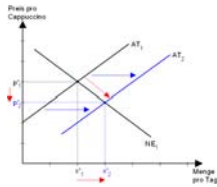
### S. 253

- 3.) Camilla will stets 30 % ihres Einkommens für Bekleidung ausgeben.
- Wie groß ist die Einkommenselastizität ihrer Bekleidungsanfrage?
  - Wie groß ist die Preiselastizität ihrer Bekleidungsanfrage?
  - Wie verändert sich die Nachfragekurve, wenn sich Camilla entscheidet, künftig nur noch ein Viertel für Bekleidung auszugeben. Wie groß sind in diesem Falle die Einkommenselastizität und die Preiselastizität?

### S. 258:

Beschriftung der Geraden.

Abbildung 1.1: Die Wirkung eines Höchstpreises



S. 260

Rechnet man die monetären und nicht-monetären Kosten zusammen, so liegt man bei **€0,87** pro Liter Kraftstoff, was höher ist als der Gleichgewichtspreis bei  $p^*$ , der sich ohne Preiskontrolle einstellen würde

S. 274

Die Käufer bezahlen zwar nur €1,60 statt €1,80 ohne Steuer, aber es kommt noch die Steuer in Höhe von €0,60 dazu, sie geben also insgesamt €2,20 pro Tasse aus. Insofern werden auch die Käufer durch die Steuer um **€0,40** schlechter gestellt.

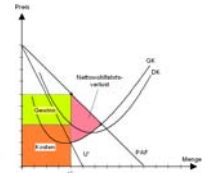
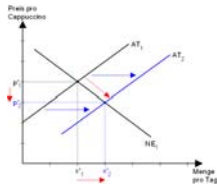
S. 276

Der Markt-Preis steigt von €1,80 auf €2,20, die Käufer müssen €0,40 mehr pro Tasse bezahlen. Die Verkäufer erzielen zwar brutto einen höheren **Preis, nämlich €2,40**, aber netto, d. h. nach Abzug der Steuer, haben sie nur €1,60 in der Kasse. Sie tragen 20 Cent.

S. 284

Käufer und Verkäufer teilen sich die **Steuerlast**, wobei die unelastischere Marktseite die größere Last trägt, der Staat darauf also keinen Einfluss hat

S. 291



Durch Betrachten der Kurve können Sie feststellen: Die ersten drei Hanutas wären für 50 Cent weggegangen, das vierte für 45 Cent. Das bedeutet, der zusätzliche Nutzen (Grenznutzen) dieses vierten Hanutas beträgt noch 45 Cent. Für 50 Cent hätte es keiner gewollt, aber für 45 Cent schon. Wie alle Hanutas hat das 4. aber nur 30 Cent gekostet. Derjenige, der es bekommen hat, hat also ein gutes Geschäft gemacht. 45 Cent war es ihm wert, aber er musste nur 30 Cent bezahlen.

S. 293

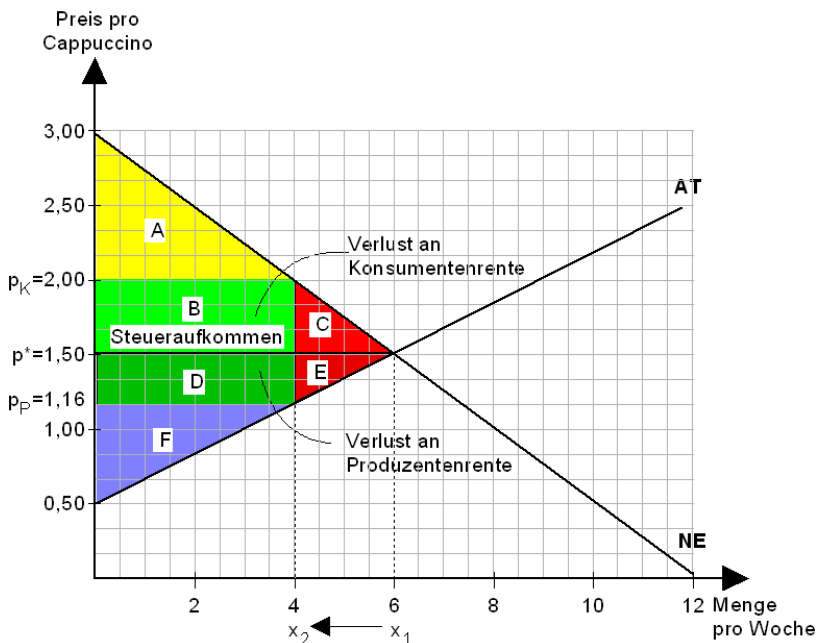
Sie sind also indifferent gegenüber der Alternative, Ihr gegenwärtiges Einkommen zu haben und zwei Cappuccinos zu kaufen (und dazu noch alles andere, was Sie sonst bei diesem Einkauf noch kaufen) oder € 0,70 mehr zu haben, aber keine Cappuccinos zu kaufen.

$$€ 1,20 + € 1,10 - 2 \cdot € 0,80 = € 2,30 - € 1,60 = € 0,70$$

S. 315

Achsenmarkierungen  $x_1$  und  $x_2$

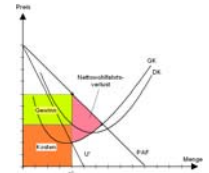
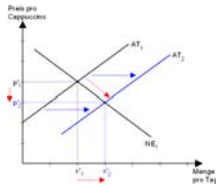
Abbildung 9.1: Wie eine Steuer die Konsumentenrente und die Produzentenrente reduziert



S. 317

Eine Steuer verursacht einen Nettowohlfahrtsverlust. Das soll an einem Beispiel vertieft werden:

Grenzkosten eines Cappuccinos:	€ 1,50
Preis eines Cappuccinos bei vollständiger Konkurrenz:	€ 1,50
Preis des Cappuccinos mit Steuer:	€ 2,00



Zahlungsbereitschaft für einen Cappuccino: € 1,90  
 Anzahl der verkauften Cappuccinos: Null  
 Steuereinnahmen: Null

Nehmen wir an, Alexander ist bereit, für einen Cappuccino € 1,90 zu bezahlen und die Grenzkosten für einen Cappuccino liegen, ebenso wie sein Preis, bei € 1,50. Kommt der Handel zustande, erzeugt dies eine Konsumentenrente von € 0,40.

Durch die Steuer erhöht sich der Preis für einen Cappuccino auf € 2,00 und der gesamte Handelsvorteil geht verloren, Alexander trinkt keinen Cappuccino mehr

S. 319

Die Nachfragefunktion verläuft in beiden Schaubildern gleich, aber die Elastizität des Angebots ist im **unteren** Schaubild größer als im **oberen**. Der Steuersatz ist in beiden Fällen gleich hoch. Der Nettowohlfahrtsverlust ist allerdings im **unteren** Schaubild deutlich größer

S. 321

Das Angebot ist in beiden Schaubildern gleich. Doch die Elastizität der Nachfrage ist **unten** größer als **oben**. Der Steuersatz ist in beiden Fällen gleich hoch. Also resultiert aus der größeren Nachfrageelastizität, dass der Nettowohlfahrtsverlust im **unteren** Schaubild deutlich größer ausfällt.

S. 323

2. Wird der Steuersatz erhöht, so wird zunehmend private Aktivität entmutigt und die gehandelte Menge sinkt. Der Nettowohlfahrtsverlust der Steuern steigt kontinuierlich, und da sowohl Nachfrager als auch Anbieter entmutigt werden, steigt er überproportional im Verhältnis zur Anhebung des **Steuersatzes**.

S. 326

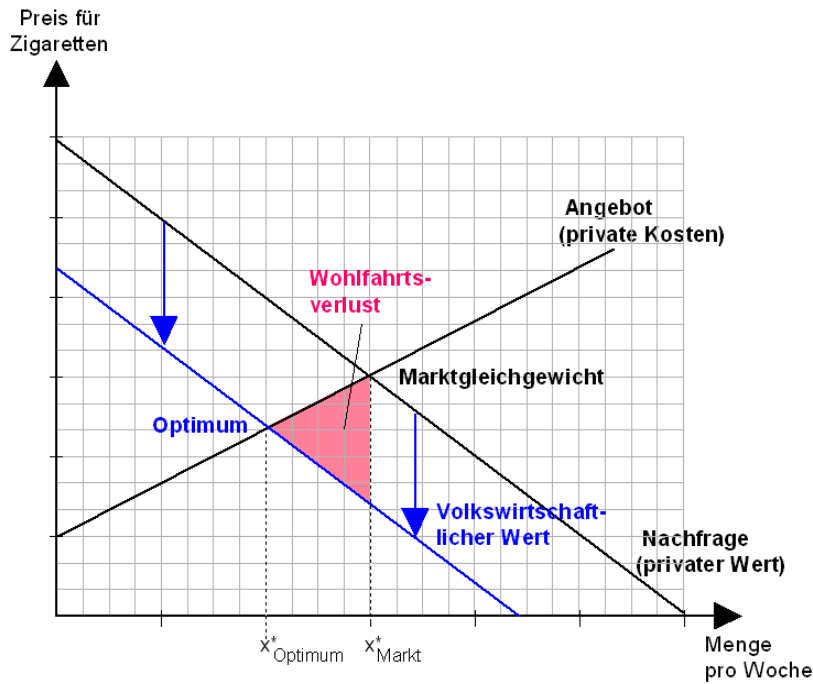
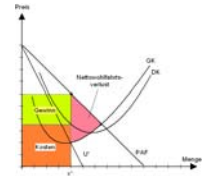
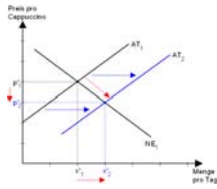
Steuersatz	Steuer	Nettowohlfahrtsverlust
0,2	$0,2 \cdot 800 = 160$	$0,2 \cdot (1.000 - 800) : 2 = 20$
0,4	$0,4 \cdot 600 = 240$	$0,4 \cdot (1.000 - 600) : 2 = 80$
0,6	$0,6 \cdot 400 = 240$	$0,6 \cdot (1.000 - 400) : 2 = 180$
0,8	$0,8 \cdot 200 = 160$	$0,8 \cdot (1.000 - 200) : 2 = 320$

$$0,6 \cdot (1.000 - 400) : 2 = 180$$

S. 341:

Fläche des Nettowohlfahrtsverlusts

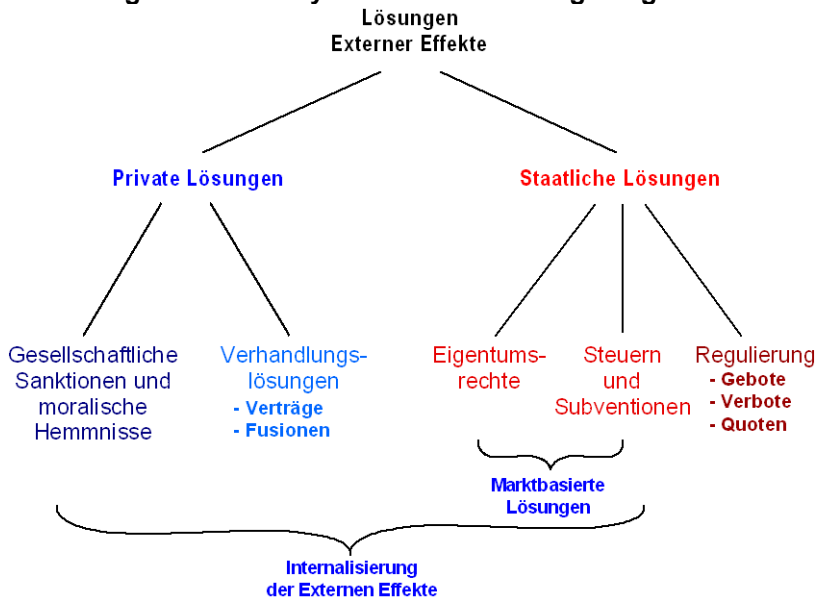
**Abbildung 10.3: Negative externe Effekte beim Konsum**



S. 344:

Tipfehler bei „Externer Effekte“

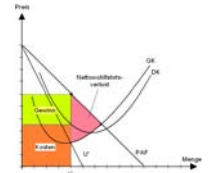
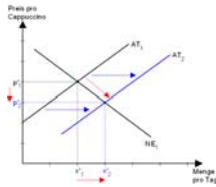
Abbildung 10.6: Systematik der Lösungsmöglichkeiten für externe Effekte



S. 353

Eine Pigou-Steuer von €500 pro t Giftmüll erreicht nun das Ziel von 1.000 t dadurch, dass das zweite Unternehmen die Verschmutzung einstellt und das zweite Unternehmen nichts tut und stattdessen lieber die Steuer bezahlt.





S. 437

2.) Mehrere Kostenbegriffe wurden bisher verwendet: Opportunitätskosten, Gesamtkosten, Fixkosten, variable Kosten, **durchschnittliche Gesamtkosten** und **die Grenzkosten**. Ergänzen Sie bitte die nachfolgenden Sätze mit den passenden Begriffen:

- Die wahren Kosten einer Aktivität sind die .....
- Der Gewinn ist gleich den Gesamterlösen minus .....
- Eine von der Produktionsmenge unbeeinflusste Kostenart gehört zu den .....
- Bei der Eiscremeherstellung enthalten die ..... kurzfristig die Kosten für Zucker und Milch, aber nicht die Gebäude- und Maschinenkosten.
- Die ..... fallen, wenn die Grenzkosten darunter liegen, und steigen, wenn die Grenzkosten höher sind.
- Die Kosten der Herstellung einer zusätzlichen Produkteinheit nennt man .....

S. 438:

Die Teilaufgaben 6 b) und 6 c) fehlen:

- Zeichnen Sie alle vier Kurven.**
- Wie ist der Zusammenhang zwischen der Grenzkostenkurve und der Durchschnittskostenkurve, zwischen der Kurve der Grenzkosten und der Kurve der durchschnittlichen variablen Kosten? Erläutern Sie die Sachverhalte.**

S. 439:

Bei Teilaufgaben 7a muss es drei heißen.

- Zeichnen Sie die **drei** Kurven.

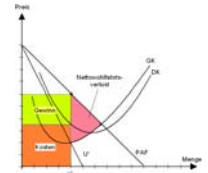
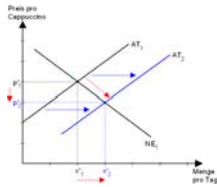
S. 452

Dies ist zum Glück kein großes Problem: Beim ersten Schnittpunkt  $x^*1$  liegt kein **Gewinnmaximum** sondern ein (lokales) Gewinnminimum vor. Das sieht man, wenn man die Menge weiter erhöht: Dann ist der Preis über den Grenzkosten und der Gewinn steigt bei einer Produktionsausweitung.

S. 453

gilt, also die Verluste aus den Fixkosten **größer** sind als die Verluste aus der Produktion.

S. 461



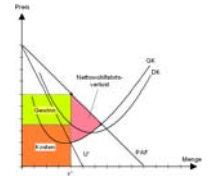
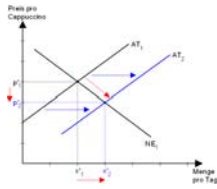
Auf kurze Sicht gesehen ist es für Unternehmungen häufig schwierig, über einen Marktein- oder -austritt zu entscheiden. **Deshalb wird in der kurzfristigen Analyse, von einer konstanten Zahl Unternehmungen ausgegangen.** Langfristig dagegen wird sich die Anzahl der auf der Anbieterseite am Markt teilnehmenden Unternehmungen durchaus verändern.

S. 467

Diese Analyse birgt eine überraschende Schlussfolgerung: Wie bekannt ist, produzieren die Unternehmungen bei vollständiger Konkurrenz so viel, dass Grenzkosten und Preis übereinstimmen. Nun wurde ergänzt, dass Markteintritte und Marktaustritte den Preis dazu zwingen, sich an die durchschnittlichen Gesamtkosten anzugleichen. Wenn aber der Preis mit den beiden Kostengrößen Grenzkosten und Durchschnittskosten übereinstimmen soll, dann heißt das, dass diese beiden sich decken müssen. **Tatsächlich stimmen Grenzkosten und Durchschnittskosten überein, aber nur dann, wenn sich eine Unternehmung im Minimum der durchschnittlichen Gesamtkosten befindet. Demnach müssen die Unternehmungen bei vollständiger Konkurrenz sowie bei freiem Markteintritt und Marktaustritt langfristig bei ihrer effizienten Betriebsgröße arbeiten. Dieser Punkt heißt deshalb Betriebsoptimum.**

S. 523:

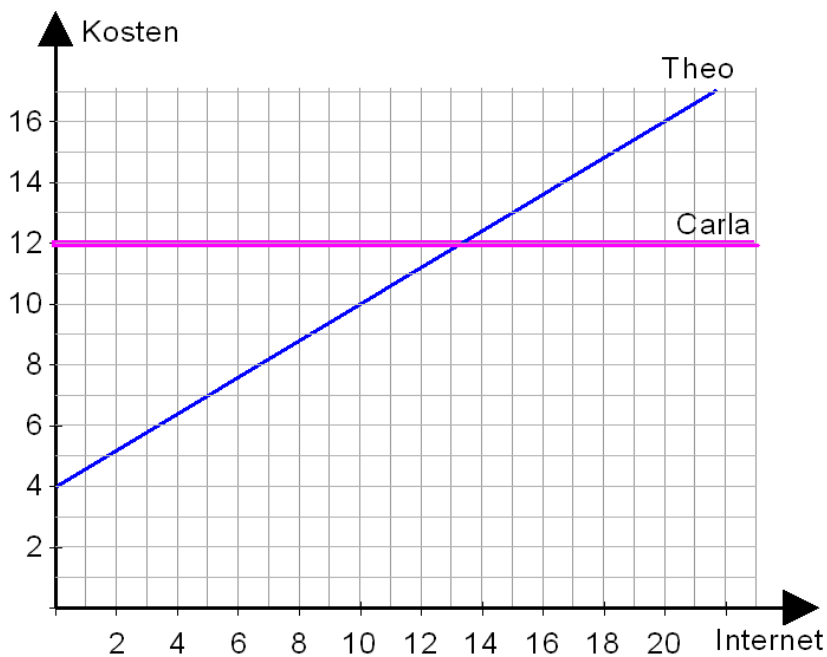
Die im letzten Absatz angesprochene Tabelle fehlt:

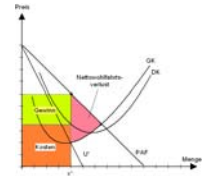
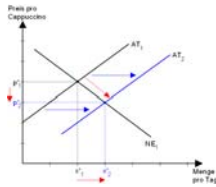


	Konkurrenz	Monopol
Preis ist ein	Datum (p)	Aktionsparameter (PAF: $p = -m \cdot x + b$ )
PAF für den einzelnen Anbieter	Horizontal	Geneigt
Absatzmenge des einzelnen Anbieters	Soviel er will	Nur nach Maßgabe der PAF
Verkauf eines weiteren Guts	Zum herrschenden Preis	Nur mit Preissenkung
Gewinnmaximierung	Grenzkosten = Grenzerlös = Preis	Grenzkosten = Grenzerlös = Preis minus irgendwas (Preis liegt über den Grenzkosten)
Wohlfahrtswirkung	Wohlfahrt ist maximal	Es gibt noch Kunden, die bereit sind, einen Preis zu bezahlen, der über den Grenzkosten liegt
Unternehmerverhalten	Mengenanpasser	Preissetzer

S. 586:

Steigung der roten Linie





S.591

b)

Eine Alternative zu Bier ist Wein. Wenn die Leute mehr Bier trinken, könnte es sein, dass sie weniger Wein kaufen. Die Nachfrage nach Wein wird sinken und die Winzer werden ihren **Wein nur** noch los, wenn sie den Preis senken.

S. 594

Die Produktionsmöglichkeiten nehmen ab, die Produktionsmöglichkeitskurve verschiebt sich nach **links**.

S. 596

d)

Die Friedensdividende ist bei den HAWKS größer. Wie aus der Zeichnung hervorgeht, führt ein gleich großer Rückgang bei der Produktion von Rüstungsgütern im Punkt H zu einem größeren Zuwachs bei den Konsumgütern als im **Punkt Z**.

S. 600

c)

In der Autoproduktion haben weder Deutschland noch die USA einen absoluten Kostenvorteil. Die USA haben aber einen absoluten Kostenvorteil bei der **Weizenproduktion**.

d)

In der Autoproduktion hat Deutschland einen komparativen Kostenvorteil gegenüber den USA. Die USA haben bei der Weizenproduktion auch **einen Kostenvorteil**.

e)

Deutschland erzeugt 200 Autos und 250 Mio. t Weizen. Die USA erzeugen ebenfalls 200 Autos und 500 Mio. t **Weizen**.

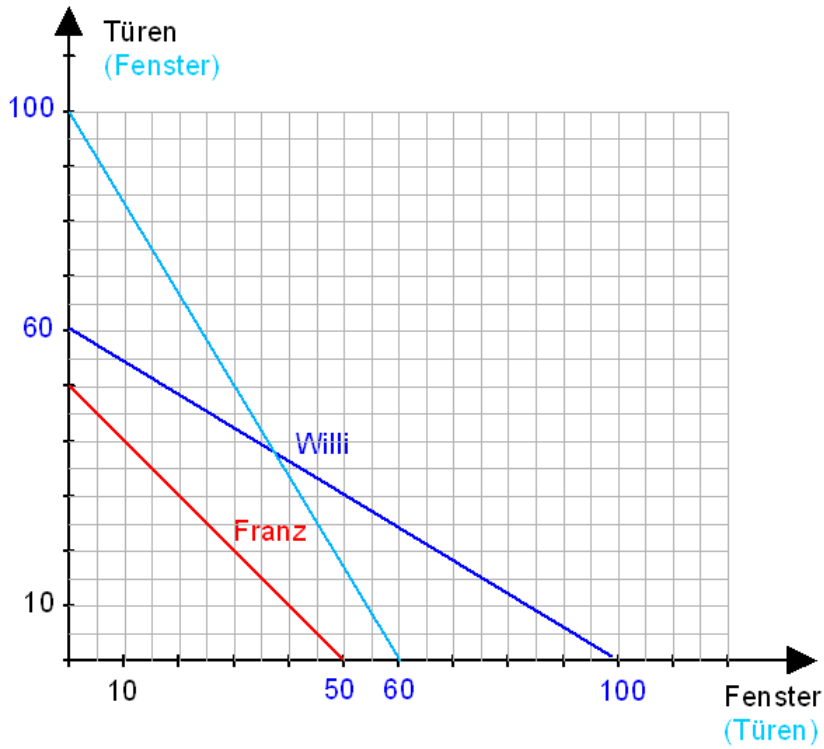
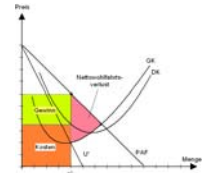
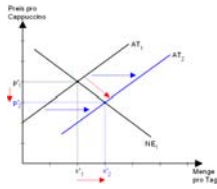
f)

Deutschland spezialisiert sich auf Autos und erzeugt 400 Stück. Davon werden 200 exportiert. Die USA spezialisieren sich auf Weizen und produzieren 1000 t. Davon werden beispielsweise 300 Mio. t nach Deutschland exportiert. Damit hat Deutschland 50 Mio. t Weizen mehr und die USA haben 200 Mio. t mehr.

Man muss zunächst ein Austauschverhältnis festlegen, in dem Autos gegen Weizen getauscht werden

S. 604:

Kurvenbeschriftung: **Franz**

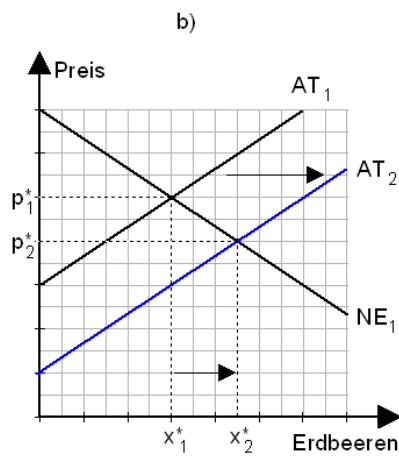
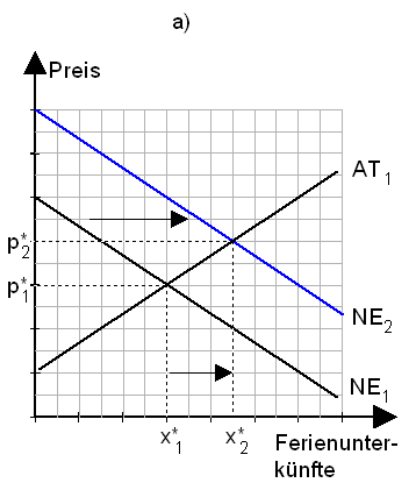


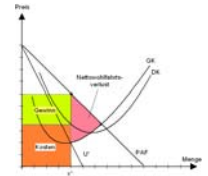
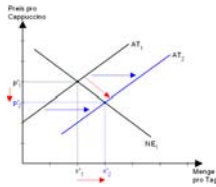
c)

	Produktionskosten für		Opportunitätskosten für	
	1 Fenster	1 Tür	1 Fenster	1 Tür
Willi	1/100	1/60	3/5 Türen	5/3 Fenster
Franz	1/50	1/50	1 Tür	1 Fenster

Seite 609:

Achsenbeschriftung **Erdbeeren**





Frage 3.)

a)

Die Einkommenselastizität ist genau eins: Weil der die Ausgaben  $x$  für Kleidung genau 30 % des Einkommens  $y$  betragen sollen. Die Ausgaben für Bekleidung ergeben sich aus **Preis  $p$**  mal Menge  $x^{NE}$

c)

Wenn der Anteil am Einkommen sinkt, den **Camilla** für Kleidung ausgibt, dann gibt **Camilla** bei jedem Preis weniger Geld für Kleidung aus. Die Nachfragekurve verschiebt sich nach links. Die Einkommenselastizität bleibt Eins, die Preiselastizität bleibt auch (Minus-) Eins.

S. 622

= -0,909

$$\varepsilon = \frac{\frac{520.000 - 360.000}{520.000 + 360.000} \cdot 2}{\frac{30 - 45}{30 + 45} \cdot 2} = -\frac{10}{11} = -0,909$$

S. 623

Frage 7.):

- a) Der Umsatz hat um 1 % zugelegt, obwohl 3 % weniger Güter verkauft wurden. Die Preissteigerung muss daher bei 4 % liegen.
- b) Die Preiselastizität der Nachfrage beträgt

$$\varepsilon = \frac{-3\%}{4\%} = -0,75$$

S. 624

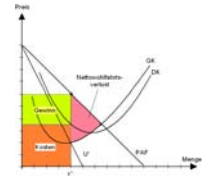
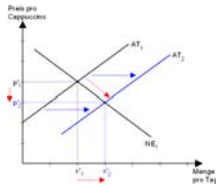
b)

Der Höchstpreis von 5,50 führt zu einem **Nachfrageüberschuss** von 40.000 Fahrten, zum einen weil das Angebot zurückgeht, zum anderen weil die Nachfrage zulegt.

S. 634

b)

Bei einem Preis von €0,40 fragen Ernie und Bert zusammen **7** Pfefferschokoladen nach. Die Konsumentenrente beträgt bei einem Preis von **€0,40** für die 1. Pfefferschokolade €0,50, für die 2. Pfefferschokolade €0,40, **für** die 3.



Pfefferschokolade € 0,40, für die 4. Pfefferschokolade € 0,20, für die 5. Pfefferschokolade € 0,10 und für die 6. Pfefferschokolade € 0,00. Das macht insgesamt **€ 1,90**.

S. 635

c)

Steigt der Preis auf € 0,60, geht die Nachfrage auf insgesamt **5** Pfefferschokoladen zurück. **Die Konsumentenrente** beträgt dann nur noch € 0,80.

S. 636

c)

Sinkt der Preis auf € 0,50 geht das Angebot auf insgesamt 5 Pfefferschokoladen zurück. **Die Produzentenrente** beträgt dann nur noch **€ 1,10**.

S. 637

b)

Konsumentenrente:

$$0,35 \text{ €} + 0,25 \text{ €} + 0,25 \text{ €} + 0,15 \text{ €} + 0,05 \text{ €} = 1,05 \text{ €}$$

**Produzentenrente:**

$$0,45 \text{ €} + 0,45 \text{ €} + 0,25 \text{ €} + 0,15 \text{ €} + 0,05 \text{ €} = 1,35 \text{ €}$$

**Gesamtrente:**

$$1,05 \text{ €} + 1,35 \text{ €} = 2,40 \text{ €}$$

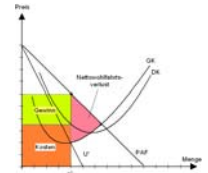
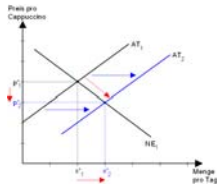
S. 638

Anders ausgedrückt: Werden vier Pfefferschokoladen angeboten und nachgefragt, so ist die Zahlungsbereitschaft Stans € 0,60, Ollies Kosten aber liegen bei € 0,50. Die Differenz und damit der Verlust an Gesamtrente sind € 0,10. In diesem **Fall gibt es** keinen Gleichgewichtspreis, die Aufteilung der Rente ist also ungewiss. Würde beispielsweise der Staat einen Festpreis verordnen, so könnte er dadurch die Aufteilung der Rente beeinflussen.

d)

Stellt **Stan** eine Pfefferschokolade mehr her und bietet sie als sechste auf dem Markt an, so kostet sie ihn € 0,60. Die sechste Pfefferschokolade auf dem Markt ist Ernie aber nur € 0,50 wert, die Gesamtrente sinkt um € 0,10.

S. 643



Im Marktgleichgewicht ist der Gleichgewichtspreis 6, die Gleichgewichtsmenge ist 12. Die Konsumentenrente ist die grüne Fläche zwischen der Nachfragekurve und dem Gleichgewichtspreis. Sie beträgt  $(10 - 6) \cdot 12 / 2 = 24$ .

Die Produzentenrente ist die gelbe Fläche zwischen der Angebotskurve und dem Gleichgewichtspreis. Sie beträgt  $(6 - 2) \cdot 12 / 2 = 24$ .

S. 656

b)

Der Gleichgewichtspreis liegt bei € 40. Zu diesem Preis verkauft HINTERHALT an OWEH 60 Zertifikate.

S. 657

Nummerierung ändern:

b in e

c in f

S. 658

Dadurch ergibt sich folgendes Bild:

Kosten des Unternehmens GieR: Kosten der Zertifikate: 60 Z à € 20 Reduktion um 40 Einheiten à € 40	€ + 1.200 € + 1.600
Kosten des Unternehmens OWEH: Kauf von 120 Zertifikaten á € 40	€ + 4.800
Kosten der Unternehmens HINTERHALT: Reduktion um 80 Einheiten á € 20	€ + 1.600
Summe	€ 9.200
Staatliche Einnahmen	€ ./ 6.000
Effektive Kosten der Schadstoffreduzierung	€ 3.200