



Themengebiet 1: Einführung in das wirtschaftliche Denken

„Die erste Lektion der Volkswirtschaftslehre ist die Knappheit: Es gibt nie genug, um alle Wünsche aller zu befriedigen. Die erste Lektion der Politik ist, die erste Lektion der Volkswirtschaftslehre nicht zu beachten.“

Thomas Sowell, amerikanischer Ökonom und Publizist (*1930)

Themengebiet 1: Einführung in das wirtschaftliche Denken

1 Wirtschaftlich handeln

2 Bedürfnisse, Nachfrage und Marktwirtschaft

3 Geld, Schulden und Banken

4 Die Gesamtwirtschaft und das Denken in Modellen



Kapitel 1: Wirtschaftlich handeln

1.1 Der Einzelne, die Märkte und die Gesamtwirtschaft

1.2 Der Einzelne und sein wirtschaftliches Handeln

1.3 Der Einzelne und die Wirtschaftssektoren

Kapitel 2: Bedürfnisse, Nachfrage und Marktwirtschaft

2.1 Vom Bedürfnis zur Nachfrage

2.2 Vom Bedürfnis zum Markt

2.3 Warum Marktwirtschaft?

LERNZIELE ZU DEN KAPITELN 1 UND 2

Nachdem Sie die Kapitel 1 und 2 durchgearbeitet haben, sollten Sie in der Lage sein,

- 1 zu erläutern, mit welchen grundlegenden Themen sich die Volkswirtschaftslehre befasst.
- 2 Knappheit zu beschreiben und die Rolle von Anreizen, Opportunitätskosten und Preisen für das Verhalten von Menschen darzulegen.
- 3 zu erläutern, was ein „Homo oeconomicus“ ist.
- 4 die Wirtschaftssektoren einer Volkswirtschaft zu beschreiben und zu unterscheiden.
- 5 die Begriffskette Bedürfnis, Bedarf und Nachfrage zu erklären.
- 6 die Maslow'sche Bedürfnispyramide zu verstehen und für sich anzuwenden.
- 7 Ihre eigenen Bedürfnisse und Formen der Bedürfnisbefriedigung zu hinterfragen.
- 8 den Unterschied zwischen einer Marktwirtschaft und einer Planwirtschaft zu erklären.

Kapitel 1: Wirtschaftlich handeln

Jede und jeder von uns ist Teil der deutschen Volkswirtschaft. Wir alle nehmen am Wirtschaftsleben teil. Ganz unabhängig davon, ob wir uns dessen bewusst sind oder nicht, schlüpfen wir dabei gleich in mehrere Rollen als ökonomische Akteure.

Als Auszubildende erwerben Sie eine berufliche Qualifikation und machen sich fit für den Arbeitsmarkt. Als Konsumenten erfüllen Sie sich Wünsche und sorgen für Umsatz in Geschäften Ihrer Stadt oder in Onlineshops. Weitere ökonomische Entscheidungen treffen Sie als Berufstätige, als Sparer, als Versicherte, als Steuerzahler, als Familienmitglieder, als Internetsurfer, als Verkehrsteilnehmer ... Jedes Mal prüfen Sie Alternativen, wägen Sie deren Preis oder Aufwand mit dem Ertrag oder der Zeitersparnis ab. Ihre Wahl hat Folgen – manchmal weltweite. Je nachdem, welches Produkt Sie nach Ihren persönlichen Vorstellungen erwerben, klingelt die Kasse eines Herstellers irgendwo auf der Welt.

Da wir alle an der Volkswirtschaft beteiligt sind, befassen wir uns auch alle mit den Fragen, auf welche die Volkswirtschaftslehre Antworten gibt. Jede und jeder fragt sich: Wie sicher ist mein Job? Wo werden in Zukunft Arbeitsplätze wegfallen und wo neue entstehen? Wie viel werde ich verdienen, kaufen und sparen können? Werden wir in Europa auf Dauer mit dem Euro bezahlen und uns Urlaube in fernen Ländern leisten können? Werden wir auch dann gut über die Runden kommen und abgesichert sein, wenn wir krank, arbeitslos, Eltern oder Rentner werden? Während es bei der letzten Frage um die soziale Sicherheit geht, die uns der Staat bietet, drehen sich die anderen Fragen um die Sicherheit des Arbeitsplatzes, um die besten Berufsaussichten, um den individuellen Lebensstandard sowie um die Stabilität und Kaufkraft unserer Währung.

Von den Antworten auf all diese Fragen hängen viele Entscheidungen im Leben ab. Das Bedürfnis nach ökonomischer Orientierungshilfe im Alltag ist darum groß. Nicht erst seit dem Ausbruch der weltweiten Finanz- und Wirtschaftskrise kann man kaum eine Zeitung aufschlagen, ohne direkt mit volkswirtschaftlichen Fragen konfrontiert zu werden. Die Wirtschaftslage zählt nicht ohne Grund in Umfragen zu den Themen, welche die Menschen besonders stark beschäftigen. Dabei geht es keineswegs nur ums Geld, sondern auch um Politik: Wahlen entscheiden sich oft an volkswirtschaftlichen Größen wie der Entwicklung der Arbeitslosigkeit oder der Konjunktur.

Die Volkswirtschaftslehre hilft Ihnen, ökonomische Entscheidungen zu verstehen und sie auf einer möglichst sachlichen Grundlage zu treffen. Im ersten Kapitel werden wir die Bedeutung des wirtschaftlichen Handelns, mit dem sich die Volkswirtschaftslehre befasst, aus Sicht des Einzelnen näher kennenlernen.

1.1 Der Einzelne, die Märkte und die Gesamtwirtschaft

Bevor wir uns mit den zentralen Konzepten befassen, die das Verhalten des Einzelnen im wirtschaftlichen Umfeld analysieren, müssen wir uns fragen, mit welcher Systematik die Volkswirtschaftslehre dabei vorgeht. Das heißt, wir müssen uns zunächst einmal Klarheit darüber verschaffen, womit sich die Volkswirtschaftslehre beschäftigt. Vereinfacht kann man dabei drei eng miteinander verbundene Ebenen unterscheiden:

- Erstens befasst sich die Volkswirtschaftslehre mit den Entscheidungen einzelner Menschen.
- Zweitens analysiert sie das Zusammenspiel von Menschen in vielfältigen wirtschaftlichen Beziehungen auf sogenannten Märkten.
- Drittens beschäftigt sie sich mit der Gesamtwirtschaft, also mit dem Zusammenwirken all dieser Entscheidungen und Märkte.

Die Basis jeder wirtschaftlichen Analyse bilden die Entscheidungen von Einzelnen. Doch manchmal genügt es nicht, die Entscheidungen einzelner Personen oder die Vorgänge auf einzelnen Märkten zu analysieren. Wollen wir etwa wissen, wieso der *Wohlstand* in Deutschland höher ist als in Griechenland, so müssen wir die gesamte Leistung der beiden Volkswirtschaften miteinander vergleichen. Nicht anders ist es, wenn wir die Arbeitslosigkeit oder die Inflation in einem Land verstehen wollen. In diesen Fällen geht es um Aussagen zur Gesamtwirtschaft. Natürlich setzt sich die Gesamtwirtschaft letztlich aus den einzelnen Entscheidungen auf den verschiedenen Märkten zusammen. Aber es ist ein Ding der Unmöglichkeit, jede dieser Milliarden Transaktionen auf Tausenden von Märkten zu erfassen und aufzuaddieren. Vielmehr muss man hier vereinfachen und versuchen, die groben Zusammenhänge zwischen den gesamtwirtschaftlichen Größen zu erfassen. Deshalb hat die Volkswirtschaftslehre Instrumente entwickelt, die es ermöglichen, von Details abzusehen und die gesamte Wirtschaft zu überblicken.

Oft wird in der volkswirtschaftlichen Analyse zwischen *Mikroökonomie* und *Makroökonomie* unterschieden. Die Mikroökonomie befasst sich mit den beiden erstgenannten Untersuchungsgegenständen, also den individuellen Entscheidungen und dem Zusammenwirken dieser Entscheidungen auf einzelnen Märkten. Es geht somit – wie der Begriff „Mikro“ bereits anklingen lässt – um die kleinen Einheiten, die in ihrer Gesamtheit die Volkswirtschaft ausmachen. Die Makroökonomie andererseits richtet den Blick auf die gesamte Volkswirtschaft; sie behandelt also das dritte der oben stehenden Themen der Volkswirtschaftslehre.

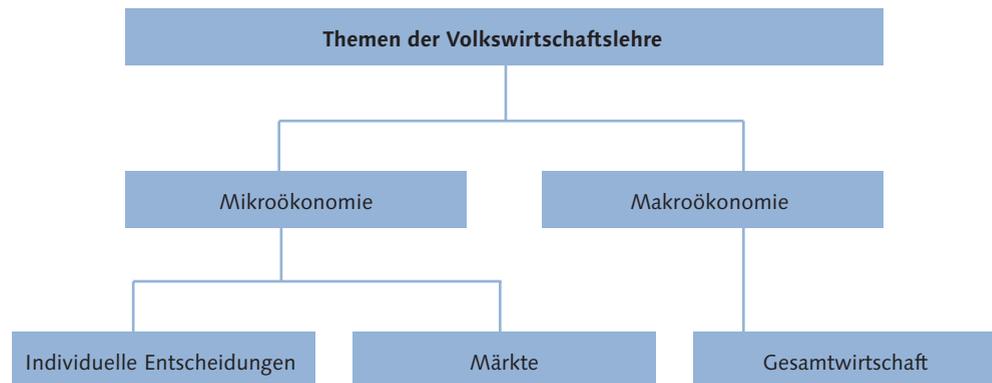
Wir werden im Verlauf dieses Buches sehen, dass je nach Fragestellung eher mit mikro- bzw. mit makroökonomischen Ansätzen gearbeitet werden muss. Analysieren wir etwa Inflation und Geldpolitik, so ist dies in erster Linie Makroökonomie, während zum Beispiel die Wettbewerbspolitik vor allem die mikroökonomische Betrachtung einzelner Märkte nutzt. Bei zahlreichen wichtigen Themen müssen wir aber beide Ansätze verwenden, etwa bei der Analyse der Arbeitslosigkeit oder der Staatsfinanzen.

→ **Wohlstand**
Materieller Lebensstandard in einer Volkswirtschaft.

→ **Mikroökonomie**
Teilgebiet der Volkswirtschaftslehre, das sich mit den Entscheidungen der Haushalte und Unternehmen sowie mit deren Zusammenspiel auf einzelnen Märkten befasst.

→ **Makroökonomie**
Teilgebiet der Volkswirtschaftslehre, das sich mit gesamtwirtschaftlichen Phänomenen wie der Inflation, den Konjunkturschwankungen oder dem langfristigen Wachstum befasst.

Zusammenfassende Übersicht



1.2 Der Einzelne und sein wirtschaftliches Handeln

Die Grundlage wirtschaftlicher Prozesse liegt im Verhalten der Einzelnen. Doch wie verhält sich jede und jeder Einzelne? Handeln wir immer so, dass wir die uns zur Verfügung stehenden Mittel sinnvoll einsetzen? Oder vergeuden wir nicht auch mal Zeit, Geld, Talent – oder irren uns einfach? Die Volkswirtschaftslehre kann nicht das Verhalten jedes Menschen in jeder Situation zu jeder Zeit erklären. Das ist schlicht unmöglich.

→ **Homo oeconomicus**
Verhaltensmodell der Volkswirtschaftslehre, das davon ausgeht, dass sich die Menschen bei Entscheidungen rational verhalten und ihren Nutzen maximieren.

Dennoch werden in der ökonomischen Theorie Aussagen getroffen und damit auch Vorhersagen über unser Verhalten in bestimmten Situationen. Das ist machbar, weil die Ökonomen statt unseres Verhaltens dasjenige eines Modellmenschen zugrunde legen – des *Homo oeconomicus*. Auch wenn wir uns im realen Leben keineswegs alle gleich verhalten: Im Durchschnitt betrachtet handeln wir ziemlich genau so wie dieser „Wirtschaftsmensch“.



Wir alle nehmen am Wirtschaftsleben teil – zum Beispiel als Konsumenten.

Der Homo oeconomicus steht prinzipiell vor demselben Problem wie wir in unserem Alltag: Unsere *Bedürfnisse* sind unbeschränkt, die *Ressourcen* aber sind knapp. Wir wollen immer mehr, als wir haben – irgendetwas fällt uns immer ein, das uns fehlt. Darum müssen wir verstehen, wie individuelle Entscheidungen in Knappheitssituationen getroffen werden. Man kann sich immer nur eine begrenzte Menge an Gütern leisten – dies gilt für Einzelne wie auch für die gesamte Gesellschaft. Jede und jeder wird durch das verfügbare Budget, also das Einkommen im weitesten Sinne, beschränkt. Sie oder er muss deshalb entscheiden, wie dieses knappe Budget auf unterschiedliche Verwendungszwecke aufgeteilt werden soll. Wie Menschen mit Knappheiten umgehen, ist die Grundfrage der Volkswirtschaftslehre.

Neben dem Einkommen ist natürlich auch die Zeit eine knappe Ressource. Der Tag hat bekanntlich nur 24 Stunden, sodass auch hier dauernd entschieden werden muss, wie man diese beschränkte Zeit auf die schier unendliche Zahl möglicher Tätigkeiten verteilen soll. Sowohl in puncto Einkommen als auch in puncto Zeit ist man also ständig mit konkurrierenden Verwendungsmöglichkeiten konfrontiert.

Diese Situation wird mit dem zentralen Konzept der *Opportunitätskosten* beschrieben: Diese tatsächlichen Kosten einer Tätigkeit sind die Vorteile, die einem entgegen, weil man etwas anderes nicht tun kann.

→ **Bedürfnis**
Wunsch, einen empfundenen Mangel zu beseitigen oder zu mildern.

→ **Ressourcen**
Materielle oder immaterielle Mittel, die zur Befriedigung von Konsumbedürfnissen oder für die Produktion von Waren und Dienstleistungen verwendet werden können.

→ **Opportunitätskosten**
Kosten, die bei einer Entscheidung für eine Handlung dadurch anfallen, dass die Vorteile einer alternativen Handlung nicht realisiert werden können.

Der Homo oeconomicus oder die Rolle der Eigeninteressen

Bei der Diskussion über das wirtschaftliche Verhalten von Konsumenten oder Unternehmen ist oft vom Eigeninteresse die Rede, das zu dieser oder jener Handlung führt. Man könnte sich jetzt fragen, ob die Volkswirtschaftslehre nicht ein bedenkliches Menschenbild habe, da sie konsequent eigennütziges Verhalten unterstellt. Letztlich geht es aber beim Homo oeconomicus – wie dieses Modell oft genannt wird – lediglich um die Beschreibung, wie sich Menschen in alltäglichen Situationen im Durchschnitt verhalten. Und hier ist es eine realistische Annahme, dass niemand systematisch gegen die eigenen Interessen handelt. Vielmehr versucht man in der Regel, sich so zu entscheiden, dass es einem nützt. Die meisten Menschen sind ja weder Engel noch Verbrecher – es ist üblich, sich innerhalb der gesellschaftlichen Normen milde eigennützig zu verhalten. Im Eigennutz enthalten ist dabei sehr oft auch, was anderen Menschen nützt. So werden wir doch ein Interesse daran haben, dass sich unser Verhalten positiv auf das Wohlergehen unserer Familie oder Freunde auswirkt. Dieses Verhalten ist dann keineswegs im landläufigen Sinne egoistisch, auch wenn es unserem Eigennutz entspringt. Der Homo oeconomicus ist also einfach jemand, der unter verschiedenen Alternativen diejenige auswählt, die ihm im weitesten Sinne am meisten nützt.

Dieses Modell erweist sich in der realen Analyse von Entscheidungen meist als ausgesprochen treffsicher, obwohl die Grundannahmen nicht besonders realistisch anmuten. Dass dieser Mensch in der Lage ist, immer zu seinem Wohl zu handeln, setzt extrem rationales Verhalten voraus. Er muss sämtliche Kosten, Nutzen und Alternativen überschauen. Er ist also immer (!) bestens (!) informiert, wägt genauestens (!) ab und handelt exakt (!) so, wie er es einzig und allein für richtig erkannt hat. Das klingt wirklichkeitsfremd? Allerdings. Seine Perfektion hat dem Homo oeconomicus schon viel Spott eingebracht. In der *Ökonomie* herrscht längst Einigkeit darüber, dass wir uns im Alltag bei Weitem nicht immer derart rational verhalten. Das Modell wurde um realistischere Annahmen erweitert und es wird von eingeschränkter statt vollständiger Rationalität gesprochen. Das macht die Analysen realitätsnäher, ändert aber nichts an der grundsätzlichen Annahme: Menschen handeln eher rational als irrational.

→ **Ökonomie**
Je nach Zusammenhang ein Synonym für die Volkswirtschaftslehre als Wissenschaft oder ein Synonym für die Gesamtwirtschaft eines Landes (Volkswirtschaft).

Ein Beispiel ist etwa die Frage, ob sich der Besuch einer weiterführenden Schule finanziell lohnt. Um dies zu beurteilen, muss man sich die Kosten der Weiterbildung vergegenwärtigen. Sie bestehen einmal aus den offensichtlichen Auslagen, wie z. B. den Schulgebühren oder den Kosten für Lehrbücher. Dieses Geld könnte man auch für alternative Verwendungszwecke einsetzen. Den Nutzen dieser Alternativen bezeichnen wir deshalb als einen Teil der Opportunitätskosten der Weiterbildung. Die gesamten Opportunitätskosten sind allerdings wesentlich höher: Die wertvollste Ressource, die in eine Weiterbildung fließt, ist nämlich die Zeit. Während der Zeit, in der ich lerne, könnte ich ja einer bezahlten Arbeit nachgehen. Wird der so entgangene Lohn ebenfalls in Rechnung gestellt, resultiert daraus ein wesentlich größerer Betrag als die zu Beginn genannten, direkt sichtbaren Kosten.



Dr. Brian May: Der Queen-Gitarrist erkannte die hohen Opportunitätskosten seiner verfügbaren Zeit während der erfolgreichsten Phase der Band: Auf Tour zu gehen war lukrativer als zu büffeln. Er erwarb seinen Dokortitel in Astrophysik deshalb erst im Jahr 2007 – im Alter von 60 Jahren.

→ **Marginale Entscheidung**

Der zusätzliche Nutzen aus einer Entscheidung wird den zusätzlichen Kosten gegenübergestellt. Überwiegt der Nutzensgewinn, so entscheidet man sich dafür.

Jede Veränderung der Opportunitätskosten führt letztlich zu einem veränderten Verhalten, beeinflusst also unsere Entscheidungen. In der Regel sind davon nicht unsere „Ja/Nein-Entscheidungen“ betroffen, sondern meist die „Wie-viel-davon-Entscheidungen“, auch *marginale Entscheidungen* genannt. Veränderungen der Opportunitätskosten bewirken also eine Anpassung dieser marginalen Entscheidungen, die etwa um die Frage kreisen, ob eine zusätzliche Einheit konsumiert werden soll oder nicht. Um zu unserem Beispiel zurückzukehren: Erhöhen sich die Schulgebühren, so wird das meine Weiterbildungsentscheidung sehr wahrscheinlich beeinflussen – aber in der Regel nicht bezüglich der Frage, ob ich mich überhaupt weiterbilden soll, sondern eher bezüglich der Wahl meines Studienortes oder der Dauer meiner Weiterbildung.

Die Volkswirtschaftslehre hilft bei der Beantwortung der Frage, wie Personen auf Veränderungen der Opportunitätskosten reagieren. Die Opportunitätskosten zeigen uns die relative Knappheit von Gütern, und zwar in Form von *Preisen*. In diesem Sinn entspricht der Preis eines Gutes, für das ich mich entschieden habe, dem entgangenen Nutzen, den mir andere Güter gebracht hätten. Wird ein Gut knapper, so steigt der Preis – was wiederum *Anreize* für Verhaltensänderungen schafft. Meist führt eine Preiserhöhung zu einem Konsumrückgang des entsprechenden Gutes, da die Opportunitätskosten des Konsums steigen: Würde ich gleich viel vom entsprechenden Gut konsumieren wie bisher, könnte ich mir weniger von anderen Gütern leisten. Also besteht ein Anreiz, weniger von einem Gut zu konsumieren, wenn sein Preis steigt.

→ **Preis**
Maß für die Knappheit von Waren und Dienstleistungen.

→ **Anreiz**
Faktor, der einen wirtschaftlichen Akteur motiviert, sich für eine bestimmte Handlungsalternative zu entscheiden.

Der Kobra-Effekt oder die zentrale Bedeutung von Anreizen

In Diskussionen erkennt man Ökonominnen und Ökonomen oft daran, dass sie sehr viel von Anreizen sprechen. Gerade bei der Analyse wirtschaftspolitischer Maßnahmen beharren sie meist besonders nachdrücklich darauf, die Anreizwirkungen scheinbar guter Vorschläge nüchtern zu untersuchen. Ein inzwischen bekanntes, weil besonders treffendes Beispiel macht klar, warum:

Als Indien in der Kolonialzeit eine Kobraplage erlebte, glaubte der britische Gouverneur, die Lösung des Problems gefunden zu haben: Er ließ ein Kopfgeld auf jede erlegte Kobra aussetzen. Die Maßnahme war auf den ersten Blick ausgesprochen erfolgreich, denn es wurden immer mehr tote Kobras abgeliefert. Allerdings führte dies nicht zur gewünschten Reduktion, sondern zu einer Erhöhung des Bestands der lästigen Tiere. Die Bevölkerung ging nämlich dazu über, die Schlangen zu züchten und dann zu töten, um von der Prämie profitieren zu können. Als der Gouverneur dies erkannte, hob er die Maßnahme wieder auf – mit dem Resultat, dass die gezüchteten

Kobras freigelassen wurden, da die Besitzer keine Verwendung mehr für sie hatten. Das Endergebnis war, dass eine teure Maßnahme exakt das Gegenteil dessen erreichte, was ursprünglich angestrebt worden war. Anstatt die Kobraplage zu reduzieren, wurde sie vergrößert. Dieser Kobra-Effekt illustriert die Probleme, die man sich einhandelt, wenn man die Anreizwirkungen von Maßnahmen nicht gründlich analysiert.

Bei jeder wirtschaftspolitischen Maßnahme ist es deshalb wichtig, sich darüber im Klaren zu sein, welches Verhalten dadurch ausgelöst wird. Andernfalls gerät man plötzlich in eine ähnliche Situation wie unser glückloser Gouverneur. Lässt man sich zu sehr davon leiten, wie die Menschen reagieren sollten, und berücksichtigt nicht nüchtern genug, wie sie tatsächlich reagieren, dann haben Maßnahmen oft unerwartete, ja kontraproduktive Effekte. So passiert es dann eben,

- dass zu hohe Mindestlöhne oder ein zu starker Kündigungsschutz gerade besonders benachteiligte Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer auf dem Arbeitsmarkt schwächen und deren Arbeitslosigkeit erhöhen (weil ihnen zu diesen Bedingungen kein Job angeboten wird),
- dass Luxussteuern ausgerechnet ärmere Bevölkerungsschichten schädigen (weil reiche Steuerzahler im Ausland shoppen gehen oder ganz abwandern) oder
- dass ein weitgehender Versicherungsschutz die Leute zu riskanterem Verhalten ermutigt (weil Schäden nicht mehr von einem selbst, sondern von der Versicherung übernommen werden).

Für die Analyse der Anreizwirkungen geht man am besten von den Grundmechanismen aus, die in diesem Abschnitt beschrieben werden. Dabei steht immer die Veränderung der Preise im Zentrum. Führt eine Maßnahme zu anderen Preisen, so wird sie vorhersehbare Verhaltensänderungen auslösen. Eine Prämie auf erlegte Kobras etwa erhöht deren Preis, gibt damit das Signal, dass dieses Gut knapp ist, und setzt Anreize, mehr davon anzubieten. Berücksichtigt man die durch Preisveränderungen ausgelösten Anreize, läuft man kaum Gefahr, Opfer eines Kobra-Effekts zu werden.



Anreize bilden ein zentrales Element der ökonomischen Theorie; sie sind die eigentliche Essenz der Analyse. Ökonominen und Ökonomen reagieren immer skeptisch, wenn Verhaltensänderungen erreicht werden sollen, ohne dass sich etwas an den Anreizen – den Preisen im weitesten Sinne – verändert. Soll aus ökologischen Gründen das Autofahren eingeschränkt werden, so hält die Volkswirtschaftslehre einen politischen Appell (etwa: „Fahren Sie weniger Auto, denn dies schädigt die Umwelt.“) für weniger Erfolg versprechend als die Einführung einer Abgabe auf Benzin. Nur die Preisveränderung garantiert nämlich eine individuell spürbare Veränderung der relativen Knappheit und schafft damit einen echten Anreiz für eine Verhaltensänderung.

→ **Wirtschaftlicher Akteur**

Einzelne Personen, Unternehmen, staatliche Einheiten oder jeweils eine Gruppe davon, die wirtschaftliche Transaktionen tätigen.

Preise vermitteln Informationen über die Knappheit der Güter und senden damit Signale, die das Verhalten der *wirtschaftlichen Akteure* beeinflussen. Wird ein Gut knapper, so steigt sein Preis; oder anders ausgedrückt: Es erhöhen sich die Opportunitätskosten seines Verbrauchs. Dies setzt Anreize, weniger davon zu konsumieren. In der Regel wird man bei einer Preiserhöhung nicht vollständig auf den Konsum verzichten, sondern ihn lediglich einschränken. Deshalb haben wir oben von marginalen Entscheidungen gesprochen. Gleichzeitig setzt der gestiegene Preis für die Produzenten eines Gutes Anreize, mehr herzustellen. Zusammengefasst steht die Analyse von Entscheidungen über den Einsatz von knappen Ressourcen im Zentrum der ökonomischen Betrachtungsweise.

So klein – oder marginal – die Veränderungen der Anreize für jeden von uns von Tag zu Tag auch ausfallen mögen: Im Lauf der Zeit hinterlassen diese Verschiebungen der Anreize deutliche Spuren in der Volkswirtschaft. Das geht so weit, dass völlig neue Branchen und damit auch neue Berufe und Tätigkeiten entstehen, nur um Bedürfnisse zu befriedigen, die es vorher nicht gab. Einen „Netzwerk-administrator“ braucht man erst seit der Verbreitung von Informationstechnologie (IT) und Internet. Andere Branchen und Berufe werden dagegen bedeutungslos oder verschwinden ganz. Wer kennt noch einen Stellmacher, Wollschläger oder Schriftsetzer? Dieser ständige Wandel ist ein Wesenselement der Volkswirtschaft, wie wir im nächsten Abschnitt sehen werden.

1.3 Der Einzelne und die Wirtschaftssektoren

Cola, Burger, Autos, Telefone, Flugreisen: Historisch betrachtet sind erst wenige Generationen vor uns zu einem Wohlstand gekommen, den auch wir als solchen bezeichnen würden. Dieser Wohlstand ist gekennzeichnet durch eine enorme Ausweitung der Konsummöglichkeiten, zumindest verglichen mit dem Lebensstil, den sich die Menschen vom Mittelalter bis weit ins 19. Jahrhundert leisten konnten. **Abbildung 1.1** zeigt, wie sich in Deutschland das Maß für den Wohlstand des Einzelnen, das *Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf*, seit dem Jahr 1500 entwickelt hat – es ist eine Reise in die Geschichte, nicht nur in die Wirtschaftsgeschichte.

Zu erkennen ist, dass der Lebensstandard über Jahrhunderte hinweg praktisch der gleiche blieb. Erst ab ungefähr 1850 begann das Einkommen der Menschen nennenswert zu wachsen. Wie verheerend sich die beiden Weltkriege auf den Wohlstand auswirkten, ist am Kurvenverlauf gut erkennbar. In der Nachkriegszeit kam es dann zu einer regelrechten Wohlstandsexplosion, die bis heute anhält. Diesem beeindruckenden Aufwärtstrend taten auch Konjunktur-, Finanz- und politische Krisen keinen Abbruch.

→ **Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf**
Wert der gesamten Produktion (abzüglich Vorleistungen) von Waren und Dienstleistungen pro Einwohner, die während eines Jahres in einem Land hergestellt werden.

Abbildung 1.1
BIP pro Kopf in Deutschland 1500–2010 (in US-Dollar zu Preisen von 1990)



Quelle: Maddison, Angus; www.ggdc.net/maddison

Wie ist es zu erklären, dass es seit ungefähr 150 Jahren jeder Generation deutlich besser geht als der vorangegangenen, dies aber den Menschen vorher kaum gelang? Das hat mit der Produktivität des Einzelnen und damit mit der Entwicklung seiner jeweiligen Wirtschaftsbranche zu tun. Wir profitieren von den enormen Fortschritten, die diese *Arbeitsproduktivität* gemacht hat – und weiterhin macht.

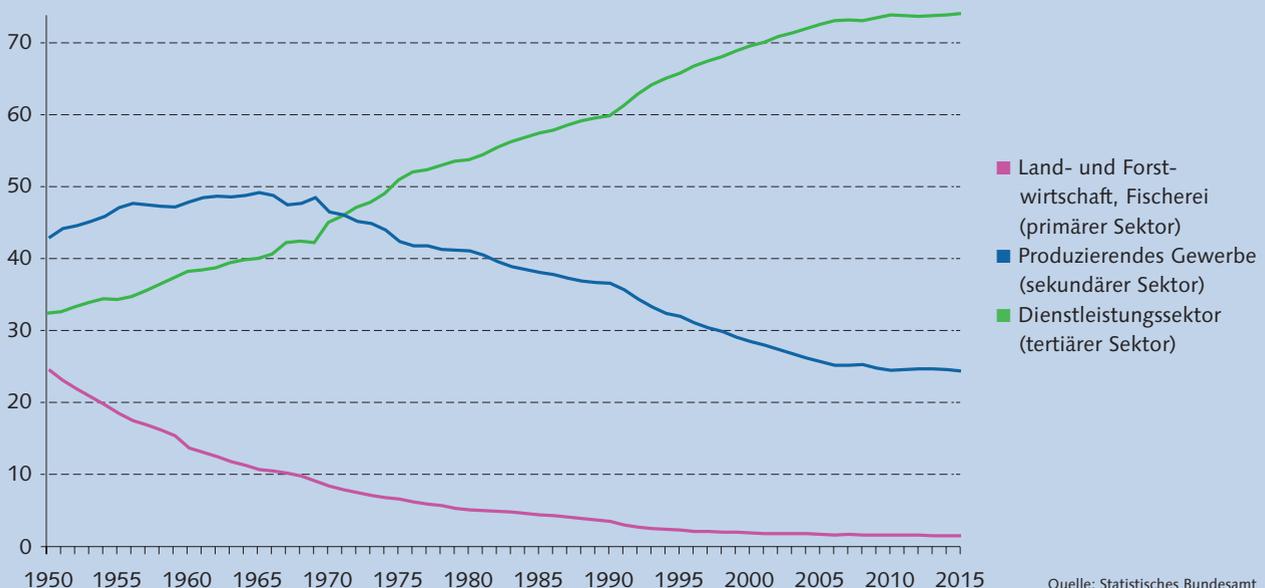
→ **Arbeitsproduktivität**
Menge an produzierten Waren und Dienstleistungen pro geleistete Arbeitsstunde.

→ **Sektor**
Einteilung der Quellen der volkswirtschaftlichen Produktion in den primären Sektor, der Agrarprodukte herstellt, den sekundären Sektor, der Industriewaren fabriziert, und den tertiären Sektor, der Dienstleistungen anbietet.

Im Mittelalter hatten fast alle Menschen denselben Beruf: Sie waren Bauern. In der Sprache der Volkswirte ausgedrückt, arbeiteten die Menschen im primären Sektor, der Landwirtschaft. Die Bauern ernährten in erster Linie sich selbst, bei Missernten hungerten sie. In diesem Sektor gab es lange Zeit kaum Produktivitätsfortschritte und damit kaum Überschüsse, die gegen etwas eingetauscht werden und von denen sich Stadtbewohner ernähren konnten. Dementsprechend existierten nur relativ kleine Städte. Das Hamburg des Jahres 1700 zählte als damals größte deutsche Stadt gerade einmal 70000 Einwohner. Erst mit der sogenannten Agrarrevolution ab dem 18. Jahrhundert stiegen die Hektarerträge, etwa weil Mineraldünger die Pflanzen besser wachsen ließ. Bauern konnten in Städte ziehen, zu Arbeitern werden und Dinge herstellen, die mehr als nur Grundbedürfnisse befriedigten. Sie wechselten in den sekundären Sektor, besser bekannt unter dem Begriff „Industrie“. In dem Sektor konnten schon damals bedeutende Produktivitätsfortschritte erreicht werden, z. B. mit der Dampfmaschine. Die industriellen Methoden werden seitdem wegen des technischen Fortschritts immer weiter perfektioniert. Das kostet zwar auch Arbeitsplätze in der Industrie, gleichzeitig werden jedoch mehr und mehr Bedürfnisse durch den Dienstleistungssektor (den tertiären Sektor) befriedigt, weshalb dort die Beschäftigung steigt. Er ist in den letzten Jahrzehnten zum größten Sektor der deutschen Volkswirtschaft geworden (**Abbildung 1.2**). In der einst dominierenden Landwirtschaft arbeiten heute nur noch 1,5% der Erwerbstätigen. Sie schaffen nur knapp 1% des deutschen Wohlstands.

Die Volkswirtschaft ist also von stetigen und durchaus gewaltigen Veränderungen geprägt. Das verlangt den wirtschaftlichen Akteuren ständige Anpassung ab. In diesem Wandel kann jede und jeder Einzelne den Wohlstand – oder die Chance auf mehr – nur dann wahren, wenn er rechtzeitig Signale über Veränderungen der Nachfrage erhält und darauf reagieren kann. Wie das in einer Marktwirtschaft funktioniert, erläutern wir im nächsten Kapitel.

Abbildung 1.2
Erwerbstätige in Deutschland 1950–2015 nach Sektoren (in Prozent)



KOMPETENZEN BILDEN:

Eine Entscheidung rational treffen (Nutzwertanalyse)

Wie wir in diesem Kapitel gesehen haben, sind rationale Entscheidungen, mit denen Menschen ihren Nutzen maximieren, ein wichtiges Konzept der Volkswirtschaftslehre. Am Beispiel einer einfachen Nutzwertanalyse werden Sie erfahren, wie Sie eine Entscheidung systematisch unter Berücksichtigung möglichst aller wichtigen Entscheidungskriterien treffen können. Wir beantworten die Frage: Welche Lösung ist für uns die beste?

Es können sehr unterschiedliche Entscheidungsprobleme mit einer Nutzwertanalyse angegangen werden: die Wahl des besten Angebots am Markt, des passenden Berufs, Ausbildungsplatzes, Studienfachs oder auch des besten Arbeitgebers. Für Unternehmer bieten sich Entscheidungen an wie die Auswahl von Lieferanten, Personal oder Standorten. So geht man auch – in komplexerer Form als hier dargestellt – tatsächlich im Wirtschaftsalltag vor. Bei aller Gründlichkeit und scheinbaren Objektivität handelt es sich aber immer auch um die zumindest in einigen Aspekten subjektive Nutzenabwägung einer Person oder Gruppe. Andere Entscheider, die auch ihren subjektiven Nutzen optimiert hätten, wären vielleicht zu anderen Ergebnissen gekommen.

Für eine Nutzwertanalyse können Sie alle Produkte heranziehen, die Sie interessieren. Wir wählen als Beispiel den Kauf einer Jeans. Sie haben Ihre Kaufentscheidungen vielleicht auch bisher schon recht rational getroffen, nur waren Ihnen Kriterien und deren Gewichtung nicht so bewusst. Eine Nutzwertanalyse besteht aus vier Schritten:

- Formulierung der Entscheidungskriterien,
- Bewertung der Produktalternativen,
- Gewichtung der Entscheidungskriterien,
- Entscheidung für die optimale Produktalternative.

1. Mögliche Entscheidungskriterien

- Aussehen und Passform
- Preis (z. B. 50–120 Euro)
- Image (Markenimage in der Öffentlichkeit oder Zielgruppe)
- Qualität (z. B. Haltbarkeit, Nähte, Stoffqualität)
- Service und Garantie (z. B. Beratung und Umtausch)



Oft treffen wir Kaufentscheidungen, z. B. bei Markenjeans, einfach aus dem Bauch heraus. Rationaler entscheiden wir uns nach vorheriger Nutzwertanalyse.

- Bezugskosten (Kosten des Versands oder der Fahrt zum Fachgeschäft)
- Nachhaltigkeit (soziale und ökologische Arbeitsbedingungen im Herstellerland)
- Weitere Kriterien (Diskutieren Sie, welche weiteren Kriterien Ihnen wichtig sind.)

2. Bewertung der Produktalternativen

Wir bewerten die Kriterien anhand einer einfachen Tabelle und vergeben für jedes Entscheidungskriterium 0–10 Punkte. Ein günstiger Preis bringt mehr Punkte, eine ökologisch fragwürdige Produktion entsprechend weniger.

3. und 4. Gewichtung der Entscheidungskriterien und Entscheidung für eine Produktalternative

Nun stellen wir uns die Frage, wie wichtig uns jedes einzelne Entscheidungskriterium im Vergleich zu den anderen scheint und verteilen Prozentpunkte. Dieser Gewichtungsfaktor wird mit dem Wert aus der Bewertungstabelle multipliziert und in eine Ergebnistabelle eingetragen.

Bewertungstabelle:

Entscheidungskriterium	Produktalternative			
	Jeans A	Jeans B	Jeans C	Jeans D
Aussehen/Passform	8	5	6	7
Preis	9	10	10	8
Image	10	10	7	8
Qualität	2	9	10	3
Service/Garantie	8	10	10	9
Bezugskosten	7	10	6	8
Nachhaltigkeit	2	5	9	3
Summe (Nutzwert)	46	59	58	46

Ergebnistabelle:

Entscheidungskriterium		Produktalternative							
		Jeans A		Jeans B		Jeans C		Jeans D	
		Bewertung	Gewichtetes Ergebnis	Bewertung	Gewichtetes Ergebnis	Bewertung	Gewichtetes Ergebnis	Bewertung	Gewichtetes Ergebnis
	Gewichtung der Entscheidungskriterien in Prozent								
Aussehen/Passform	30	8	240	5	150	6	180	7	210
Preis	20	9	180	10	200	10	200	8	160
Image	15	10	150	10	150	7	105	8	120
Qualität	10	2	20	9	90	10	100	3	30
Service/Garantie	10	8	80	10	100	10	100	9	90
Bezugskosten	5	7	35	10	50	6	30	8	40
Nachhaltigkeit	10	2	20	5	50	9	90	3	30
Summe (Nutzwert)	100		725		790		805		680

Ergebnis: Nachdem es nach der Bewertungstabelle noch so aussah, als wäre Jeans B die optimale Alternative, hat unter Einbeziehung der Gewichtung die

Jeans C das Rennen gemacht. Sie liegt zwar beim Kriterium Image zurück, punktet aber sehr stark beim Kriterium Nachhaltigkeit.

Arbeitsaufträge:

1. Entscheiden Sie sich für ein für Sie persönlich relevantes Produkt, um eine Nutzwertanalyse durchzuführen.
2. Wählen Sie Entscheidungskriterien aus, eventuell auch im Brainstorming in der Gruppe. Machen Sie sich die Bedeutung der Entscheidungskriterien klar und beschreiben Sie diese.
3. Sammeln Sie möglichst viele Informationen über verschiedene Produktalternativen und Hersteller. Um es überschaubar zu halten, nehmen Sie nur drei bis vier Produktalternativen.
4. Führen Sie nun die Nutzwertanalyse wie vorgestellt durch.
5. Diskutieren Sie in der Klasse: Wo ist ein solches Verfahren sinnvoll? Und wo wäre es übertrieben?
6. In Verbraucherzeitschriften, z. B. von der Stiftung Warentest oder Ökotest, wird ein ganz ähnliches Verfahren zur Produktbeurteilung angewendet. Lesen Sie einige Tests in einem Heft oder online und beurteilen Sie die dortige Kriterienauswahl, Gewichtung und Bewertung. Wie objektiv und wie hilfreich sind die Testberichte Ihrer Meinung nach?

Kapitel 2: Bedürfnisse, Nachfrage und Marktwirtschaft

Bedürfnisse sind ein weiter Begriff, unter dem man sich vieles vorstellen kann. Nicht alles, was uns dabei einfällt, ist uns gleichermaßen wichtig. Einige Bedürfnisse haben eindeutig Vorrang, andere wiederum können warten. Gewiss hat jede und jeder von uns eine eigene Prioritätenliste, die ständig überarbeitet wird. Doch bei der Auslese der Bedürfnisse gehen wir alle meistens nach den gleichen Prinzipien vor. Diese lernen wir in diesem Kapitel kennen.

Vieles, was auf unserer persönlichen Wunschliste steht, können wir uns nicht leisten. Manches können wir uns noch nicht mal mit allem Geld der Welt kaufen. Aber eine ganze Menge an Waren und Dienstleistungen, nach denen uns der Sinn steht, werden auch tatsächlich produziert, angeboten und uns zur Verfügung gestellt. Dass uns die Bedürfnisbefriedigung so leicht gemacht wird, ist einem besonderen Koordinationsmechanismus der Volkswirtschaft zu verdanken: dem Markt. Moderne Wirtschaftssysteme werden deshalb nicht zufällig als Marktwirtschaften bezeichnet.

2.1 Vom Bedürfnis zur Nachfrage

Die grundsätzlichen Überlegungen zum Verhalten in Knappheitssituationen aus Kapitel 1 wollen wir nun verwenden, um etwas genauer zu verstehen, was hinter der Nachfrage nach Waren und Dienstleistungen steckt. Wir gehen dabei von der Feststellung aus, dass die Handlungen der Menschen im weitesten Sinne durch das Bestreben bestimmt sind, ihre Bedürfnisse zu befriedigen. Diese können beschrieben werden als Wunsch, einen empfundenen Mangel zu beseitigen oder zu mildern. Bedürfnisse gibt es dabei auf verschiedenen Ebenen. Diese reichen von den grundlegenden Bedürfnissen, deren Befriedigung das nackte Überleben sichert, bis zum Bedürfnis nach Selbstverwirklichung.

Bedürfnisse sind also grundsätzlich unbeschränkt. Beschränkt jedoch sind die Ressourcen, und zwar sowohl für die gesamte Wirtschaft als auch für die Individuen. So wohlhabend jemand auch sein mag, jede Person hat letztlich nur ein bestimmtes Budget an Geld und Zeit zur Verfügung. Weil unsere Bedürfnisse unbeschränkt sind, müssen wir Entscheidungen darüber treffen, welche Güter wir nachfragen wollen und auf welche wir verzichten können. Dazu müssen wir beurteilen, welchen *Nutzen* der Konsum verschiedener Güter stiftet.

Weil wir aber alle unterschiedliche Vorlieben haben, ist dieser Nutzen von Mensch zu Mensch verschieden. Eine Weinliebhaberin wird eine höhere Wertschätzung für einen edlen Bordeaux aufbringen als ein Teetrinker – weshalb ihr der Konsum dieses Gutes mehr Nutzen stiftet. Folglich ist ihre *Zahlungsbereitschaft* für eine Flasche Bordeaux größer.

→ **Nutzen**
Maß für das Wohlbefinden oder die Zufriedenstellung eines wirtschaftlichen Akteurs.

→ **Zahlungsbereitschaft**
Betrag, den ein Konsument maximal zu zahlen bereit ist, um eine bestimmte Ware oder eine bestimmte Dienstleistung zu erwerben.

→ **Grenznutzen**
Nutzen, der entsteht, wenn eine zusätzliche Einheit einer Ware oder einer Dienstleistung konsumiert wird.

→ **Anbieter**
Wirtschaftliche Akteure, die Güter auf einem Markt zum Verkauf anbieten.

→ **Nachfrager**
Wirtschaftliche Akteure, die Güter erwerben möchten und auf einem Markt als Käufer auftreten.

→ **Bedarf**
Konkretisiertes Bedürfnis des Einzelnen, das sich am Markt als Nachfrage äußert, sofern die nötigen Zahlungsmittel vorhanden sind.

Für die Entscheidung, welche Güter wir als Konsumentinnen und Konsumenten nachfragen, müssen wir also gemäß unseren Vorlieben beurteilen, ob uns ein zusätzlicher Kauf einen höheren Nutzen stiftet als der Verzicht auf den Kauf. Diesen zusätzlichen oder eben marginalen Nutzen bezeichnet die Wirtschaftswissenschaft als *Grenznutzen*.

Weil wir nicht im Schlaraffenland leben, stehen jeder und jedem von uns nicht unendlich viele Ressourcen zur Verfügung. Wir müssen uns also laufend zwischen Alternativen entscheiden. Soll ich ins Kino oder ins Restaurant gehen? Kaufe ich mir einen MP3-Player oder ein paar Bücher? Soll ich morgen Nachmittag Fußball spielen gehen oder noch zwei Stunden lernen? Bei derartigen Entscheidungen vergleichen wir – bewusst oder unbewusst – Kosten und Nutzen verschiedener Alternativen. Die Volkswirtschaftslehre liefert Grundlagen für die Analyse solcher Entscheidungen. Dabei unterscheidet sie zwei Personengruppen: Anbieter und Nachfrager. Die *Anbieter* müssen sich entscheiden, wie sie ihre Mittel einsetzen, um Dinge zu produzieren, die sie mit Gewinn verkaufen können. Darauf kommen wir in späteren Kapiteln ausführlich zurück. Die *Nachfrager* entscheiden, wie sie ihre Mittel einsetzen wollen, um Dinge zu kaufen, die sie benötigen.

Der Blick aufs Angebot zeigt den Nachfragern, mit welchen Gütern sie ihre Bedürfnisse befriedigen können. Das eher allgemeine Bedürfnis z. B. eines Frierenden nach Wärme wird zum konkreten *Bedarf* an einer Winterjacke, wenn er diese im Schaufenster erblickt. Aus diesem Bedarf wird Nachfrage, wenn er das Geschäft betritt und genügend Geld dabei hat. Ohne Geld wäre es keine Nachfrage, sondern weiterhin Bedarf.



Am Schaufenster: Ein Bedürfnis wird zum konkreten Bedarf.

KOMPETENZEN BILDEN: Bedürfnisse hinterfragen

Bedürfnispyramide nach Maslow



Der amerikanische Psychologe Abraham Maslow entwickelte eine Abfolge der menschlichen Bedürfnisse, die als Maslow'sche Pyramide Berühmtheit erlangt hat. Ihr Vorteil ist es, die Bedürfnisse in verständliche Kategorien unterteilen und sie von den Grundbedürfnissen bis zu den „Luxusbedürfnissen“ ordnen zu können. Die Abbildung zeigt diese modellhafte Pyramide.

Die Basis und damit die unterste Stufe der Pyramide bilden die physiologischen, also die elementaren körperlichen Bedürfnisse, etwa sich zu ernähren oder zu schlafen. Ihre Befriedigung ist für das Überleben notwendig, deshalb bilden sie den machtvollsten Antrieb für menschliches Handeln. Sind sie einmal gestillt, folgen als Nächstes die Sicherheitsbedürfnisse wie Stabilität, Schutz oder Angstfreiheit. Nach diesen beiden Basiskategorien von Bedürfnissen kommen die sozialen Bedürfnisse nach Zugehörigkeit oder Freundschaft, gefolgt vom Bedürfnis nach Wertschätzung durch Status, Karriere, Macht oder Auszeichnungen. An der Spitze schließlich steht das Bedürfnis nach Selbstverwirklichung – der Wunsch also, seine persönlichen Neigungen auszuleben und seine Talente auszuschöpfen.

Viele dieser Bedürfnisse lassen sich durch den Konsum von Gütern befriedigen. Die Liste dessen, was als

„Gut“ bezeichnet werden kann, ist so lang und vielfältig wie die Liste der Bedürfnisse, die uns einfallen. Für die Volkswirtschaftslehre von Interesse sind nur die knappen Güter, auch Wirtschaftsgüter genannt. Was nicht knapp ist, ist ein sogenanntes freies Gut – dazu gehören Sand in der Wüste oder Luft zum Atmen. Über diese Güter müssen wir uns wenig Gedanken machen, da es sie offenkundig im Überfluss gibt.

Anders sieht es aus bei den knappen Gütern. Die Befriedigung der Grundbedürfnisse erfordert in der Regel *materielle Güter*. Wer z. B. Hunger hat, der braucht Nahrung. Je weiter oben wir uns jedoch in der Bedürfnispyramide befinden, desto größer wird die Bedeutung *immaterieller Güter* zur Befriedigung der entsprechenden Bedürfnisse. Wer also satt ist, der möchte wohl nicht noch mehr Essen, sondern würde sich eher über etwas Unterhaltung freuen, z. B. durch einen Kinofilm.

→ **Materielle Güter**

Greifbare, physisch vorhandene Güter wie z. B. Nahrungsmittel.

→ **Immaterielle Güter**

Güter wie z. B. Patente oder Dienstleistungen, die einen Nutzen stiften, aber nicht physisch existieren.

Arbeitsaufträge:

1. Überprüfen Sie mit Blick auf die Abbildung, in der die Bedürfnispyramide dargestellt ist: Mit welchen Mitteln befriedigen Sie Bedürfnisse der jeweiligen Ebene? Beachten Sie dabei, dass die Befriedigung von Bedürfnissen in der Regel zwar materielle Güter erfordert. Je weiter oben

wir uns in der Pyramide befinden, desto größer wird jedoch die Bedeutung immaterieller Güter.

2. Ein Schlager der 1960er-Jahre hatte den Refrain: „Ich will keine Schokolade, ich will lieber einen Mann!“ Ordnen Sie den Refrain den

Bedürfnishierarchie-Stufen zu. Bei dauerhafter Nichtbefriedigung eines höherrangigen Bedürfnisses entsteht Frustration; dann wächst die Versuchung, Bedürfnisse auf eine niedrigere Ebene zu verlagern. Gibt es Bedürfnisse oder Ziele, die Sie mit den falschen Mitteln verfolgen?



3. Bedürfnisse motivieren – und Motivation ist eine wichtige Triebkraft im Berufsalltag. Es gibt verschiedene Arten, seiner Arbeit nachzugehen: von unmotiviert („Ist nur mein Geldjob“; Dienst nach Vorschrift; innere Kündigung; warten auf den Feierabend) bis hoch motiviert (tun können, was einem Spaß macht; Hobby zum Beruf machen; eigene, sogenannte intrinsische Motivation). Was motiviert Sie in der Schule und beim Arbeiten?
4. Unternehmen müssen, sofern Sie nicht scheitern wollen, die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter und die Unternehmensziele in Einklang bringen. Aus diesem Grund führen viele Vorgesetzte mit jeder Mitarbeiterin und jedem Mitarbeiter einmal im Jahr ein sogenanntes Mitarbeitergespräch. Dabei setzen sie sich Ziele fürs kommende Jahr. An das Erreichen dieser Zielvereinbarung sind oft Gegenleistungen des Unternehmens geknüpft, etwa mehr Geld oder eine Beförderung. Stufen Sie diese Leistungen auf der Bedürfnispyramide ein. Erkundigen Sie sich bei Ihren Eltern, wie deren Arbeitgeber versuchen, die Bedürfnisse ihrer Mitarbeiter im Betrieb zu berücksichtigen. Fragen Sie auch danach, welche Rolle dem dortigen Betriebsrat

oder der Gewerkschaft bei der Wahrnehmung der Mitarbeiterinteressen zukommt.

5. In der Automobilproduktion herrschte bis in die 1970er-Jahre die Fließbandproduktion vor. Dabei war die komplexe Aufgabe, ein Auto zu bauen, in so viele kleine einfache Arbeitsschritte aufgespalten, dass selbst Ungelernte sie ausführen konnten und Beschäftigte leicht austauschbar waren (Taylorismus). Der japanische Konzern Toyota ging schließlich dazu über, aus Fließbandarbeitern Teams zu bilden. Statt als Einzelne für einen einzelnen Handgriff zuständig zu sein, waren die Arbeiter nun als Gruppe für ein komplexes Teil und damit für eine Palette an Arbeitsschritten verantwortlich. Inzwischen haben viele Hersteller das Konzept übernommen, nicht nur in der Autoindustrie. Warum erwies sich die Teamarbeit Ihrer Meinung nach als so erfolgreich und produktiv?
6. Mit Werbung und Marketing versuchen Unternehmen, bei Konsumenten Bedürfnisse zu wecken und sie zum Kauf ihrer Produkte zu bewegen. Wie stark gelingt es Unternehmen Ihrer Meinung nach, Sie bei Kaufentscheidungen mit Werbung zu beeinflussen?
7. Religionen, Parteien und Ideologien befassen sich ebenfalls mit der Frage, welche Bedürfnisse am wichtigsten sind. Die Geschichte ist reich an Beispielen, wie Herrscher versucht haben, Bedürfnispyramiden ihrer Untergebenen zu verändern und für ihre Zwecke zu nutzen. Vom Schriftsteller Bertolt Brecht, einem Kommunisten, stammt das Zitat: „Zuerst kommt das Fressen, dann kommt die Moral.“ Der Kaiser im alten Rom schenkte der Bevölkerung nach Ende der Republik statt Machteinfluss „Brot und Spiele“, also Essen und Unterhaltung. Totalitäre Staaten wie heutzutage Nordkorea, die sich das nicht leisten können, relativieren die Nichtbefriedigung der Bedürfnisse der Bürger (Mangelwirtschaft, fehlende Mitsprache) mit dem Verweis auf höhere, gemeinsame Ziele (Aufbau des Sozialismus, Widerstand gegen den Klassenfeind). Halten Sie es gesellschaftlich für sinnvoll, zugunsten höherer Zwecke auf die Befriedigung eigener Bedürfnisse zu verzichten? Diskutieren Sie das Für und Wider.

2.2 Vom Bedürfnis zum Markt

Ob uns der Hunger quält, wir einen Urlaub herbeisehnen, uns ein neues Auto als erstrebenswert erscheint oder wir uns langfristig ein Eigenheim wünschen: Welches unbefriedigte Bedürfnis auch immer uns antreibt – wir gehen davon aus, dass andere uns bei der Bedürfnisbefriedigung helfen. Wir hätten nämlich weder die Ressourcen noch die Fähigkeiten dazu, all das allein herzustellen, was wir konsumieren möchten. Wir sind auf die Produktion von anderen angewiesen – und diese auf unsere. Wir sind schließlich auch selbst Produzenten, das heißt Anbieter, beseitigen also die Knappheiten anderer wirtschaftlicher Akteure.

Es ist typisch, dass uns in der Regel viel mehr Beispiele für unsere Entscheidungen als Nachfrager denn als Anbieter einfallen: Schließlich fragen wir tagtäglich Dutzende von Produkten nach, verkaufen aber in der Regel nur wenige Produkte selbst. Vielmehr sind wir eher indirekt am Angebot beteiligt, indem wir für Unternehmen arbeiten, die Güter produzieren und verkaufen. Für das Verständnis wirtschaftlicher Prozesse sind aber Angebots- und Nachfrageentscheidungen gleichermaßen bedeutend und wir werden uns daher mit beiden genauer beschäftigen.

Die Tatsache, dass es Anbieter und Nachfrager gibt, macht bereits klar, dass der Austausch von Waren und Dienstleistungen die Basis der wirtschaftlichen Beziehungen und damit einen zentralen Untersuchungsgegenstand der Volkswirtschaftslehre bildet. Es lohnt sich nur, etwas anzubieten, wenn jemand bereit ist, das entsprechende Gut auch nachzufragen. Ein wichtiger Teil der volkswirtschaftlichen Analyse befasst sich mit solchen Austauschprozessen. Diese finden auf sogenannten Märkten statt. Dabei bezeichnet der Begriff *Markt* verschiedene Formen des Zusammentreffens von Angebot und Nachfrage.

Wenn Sie einen Apfel kaufen, dann wird der Preis, den Sie dafür bezahlen, durch das gesamte Angebot an Äpfeln und die gesamte Nachfrage nach ihnen bestimmt. Wenn Sie einen Job suchen, dann bieten Sie Ihre Arbeitskraft auf einem Arbeitsmarkt an, auf dem andere Leute mit ähnlicher Ausbildung als Anbieter und die Unternehmen als Nachfrager aktiv sind. Und ähnlich verhält es sich, wenn jemand einen Kredit haben möchte, um ein Haus zu kaufen. Sie oder er ist dann Nachfrager auf einem Kreditmarkt, auf dem Kreditnehmer als Nachfrager auftreten und Sparer (indirekt über die Banken) als Anbieter. Wir sehen also, dass das Verständnis von Marktprozessen es uns erlauben wird, ganz unterschiedliche wirtschaftliche *Transaktionen* zu analysieren. Wie zentral das Konzept des Marktes ist, sieht man im Übrigen schon daran, dass die allermeisten Volkswirtschaften heute als Marktwirtschaften bezeichnet werden.

→ **Markt**

Ort oder Institution, wo Angebot und Nachfrage von Waren, Dienstleistungen oder Produktionsfaktoren zusammentreffen.

→ **Transaktion**

Ein wirtschaftlicher Handel, bei dem z. B. Waren oder Dienstleistungen gegen Geld getauscht werden.

2.3 Warum Marktwirtschaft?

→ **Marktwirtschaft**
Wirtschaftssystem, in dem die Produktions- und Konsumentscheidungen dezentral durch Märkte koordiniert werden.

→ **Planwirtschaft**
Wirtschaftssystem, in dem eine zentrale Planungsbehörde über die Produktion und damit auch den Konsum von Waren und Dienstleistungen entscheidet.

→ **Soziale Marktwirtschaft**
Marktwirtschaftlich organisiertes Wirtschaftssystem, in dem der Staat politisch gewünschte Umverteilungen von Einkommen und Vermögen vornimmt.

→ **Relative Knappheit**
Knappheit eines Gutes im Verhältnis zur Knappheit anderer Güter.

Hätte man die Aufgabe, am Reißbrett ein Wirtschaftssystem zu entwickeln, das zu einem möglichst hohen Lebensstandard führt, so würde einem wohl kaum die *Marktwirtschaft* einfallen: ein System, bei dem Unternehmen und Haushalte vor allem ihre eigenen Interessen verfolgen und in dem der Austausch über anonyme Märkte erfolgt. Ein System überdies, in dem niemand dafür verantwortlich ist, dass die Abermillionen von tagtäglich getroffenen Entscheidungen aufeinander abgestimmt sind. Wie soll das funktionieren?

Bis weit in die 1960er-Jahre wurden intensive Debatten über die bestmögliche Wirtschaftsordnung geführt, und zwar vor allem über die Frage, ob eine Marktwirtschaft oder eine *Planwirtschaft* größeren Wohlstand schaffen könne. Doch spätestens seit dem wirtschaftlichen Zusammenbruch der Sowjetunion Ende der 1980er-Jahre ist diese Frage – deren Beantwortung den meisten Ökonomen und Ökonomen längst klar war – auch in der öffentlichen Debatte entschieden. Man weiß heute, dass marktwirtschaftliche Prozesse weit besser als eine zentrale staatliche Planung in der Lage sind, die Komplexität einer arbeitsteiligen Wirtschaft zu bewältigen und die Anreize so zu setzen, dass die knappen Ressourcen bestmöglich eingesetzt werden. Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass auch in den meisten Marktwirtschaften der Staat eine gewichtige Rolle einnimmt, vor allem bei der Verteilung der Einkommen. Man spricht deshalb oft auch von *sozialer Marktwirtschaft*. Entscheidend ist aber, dass das System trotz der vielfältigen Staatseingriffe eben doch eindeutig marktwirtschaftlich orientiert ist, denn der Mitteleinsatz wird in der Regel nicht über eine zentrale Planung gelenkt.

In einer Planwirtschaft dagegen – schon der Name sagt es – werden die wirtschaftlichen Prozesse geplant, das heißt zentral gesteuert. Zwei Elemente sind charakteristisch für die Planwirtschaft: Erstens gehören die für die Produktion nötigen Ressourcen dem Staat, also der Allgemeinheit, und zweitens lenkt eine zentrale Planungsbehörde den Einsatz dieser Ressourcen. Der Staat bestimmt also, wer wie viel für wen produziert.

Eine Marktwirtschaft sieht im Vergleich dazu wenig geordnet aus: Die allermeisten Ressourcen gehören nicht dem Staat oder der Allgemeinheit, sondern Privatpersonen, und es gibt keine zentrale Steuerung des Ressourceneinsatzes. Private Haushalte und Unternehmen entscheiden selbst, wie sie ihre Mittel einsetzen wollen. Gesteuert werden sie dabei durch die Preise, welche die *relativen Knappheiten* anzeigen.

Angesichts dieser kurzen Beschreibung der beiden Systeme scheint intuitiv die Planwirtschaft mehr Erfolg zu versprechen. Denn hier sorgt eine zentrale Behörde dafür, dass die verschiedenen Entscheidungen koordiniert werden, um die Wohlfahrt zu erhöhen. Bei einer Marktwirtschaft dagegen entscheidet jede und jeder Einzelne für sich, und keine zentrale Lenkung sorgt dafür, wie die Mittel „vernünftig“ verwendet werden.



„Ich wünschte, ich hätte einen Stein.“ „Ich wünschte, ich hätte einen Stock.“

Die Geburt der freien Marktwirtschaft: Zwei Bedürfnisse, ein Tausch.

Gerade diese dezentrale Organisationsstruktur ist aber der Grund für die enorme Überlegenheit der Marktwirtschaft gegenüber der Planwirtschaft. Dies leuchtet ein, sobald man sich überlegt, welch ein kompliziertes Gebilde eine Volkswirtschaft darstellt. Tagtäglich werden Millionen von Entscheidungen darüber getroffen, was produziert und was nachgefragt wird, wo Knappheit und wo Überschuss herrscht. Eine Planungsbehörde ist schlicht und einfach nicht in der Lage, all diese Informationen zu sammeln und zu verarbeiten, um dann noch effizient und zeitgerecht darauf zu reagieren. Folgen dieses Unvermögens waren die bekannten Fehlplanungen, Warteschlangen und leeren Verkaufsstände in den früheren Planwirtschaften Osteuropas.

Zum Problem der Informationsverarbeitung kommt noch hinzu, dass natürlich auch die Planungsbehörde selbst Anreizen unterliegt und dass die volle Verfügungsgewalt über die Ressourcen eines ganzen Landes eine Behörde zum Missbrauch geradezu einlädt. Außerdem führt die starke Einschränkung des Privateigentums dazu, dass die Leistungsanreize klein sind. Denn viele Menschen strengen sich nicht besonders an, wenn sie die Früchte ihrer Arbeit nicht selber ernten können. Das wirtschaftliche Scheitern der osteuropäischen Planwirtschaften hat gezeigt, dass die Kombination all dieser Probleme tatsächlich unüberwindbar ist.

Die Alternative ist die Marktwirtschaft. Hier gibt es keine Produktionsanweisungen und keine Konsumvorgaben durch den Staat. Stattdessen verfolgen die Einzelnen ihre Eigeninteressen bei den Entscheidungen darüber, wie sie die knappen Mittel einsetzen wollen. Bei ihren Transaktionen auf anonymen Märkten spielt Geld eine sehr große Rolle, wie wir im nächsten Kapitel feststellen werden.

ZUSAMMENFASSUNG ANHAND DER LERNZIELE ZU DEN KAPITELN 1 UND 2

1 Die Fragestellungen der Volkswirtschaftslehre

Die Volkswirtschaftslehre befasst sich mit drei grundsätzlichen Fragestellungen: Erstens geht es darum, die Entscheidungen einzelner Menschen zu verstehen. Zweitens wird das Zusammenwirken von Menschen als Anbieter und Nachfrager auf Märkten untersucht. Drittens beschäftigt sie sich mit der Gesamtwirtschaft, also der Zusammenfassung der großen Menge von Einzelentscheidungen auf den zahlreichen Märkten.

2 Knappheit, Anreize, Opportunitätskosten und Preise

Das Problem der Knappheit der Ressourcen und der Reaktionen der Menschen darauf steht im Zentrum der volkswirtschaftlichen Analyse. Die Knappheit führt dazu, dass jede Handlung mit Opportunitätskosten verbunden ist, also mit den Kosten, die dadurch entstehen, dass man auf eine alternative Handlung verzichtet hat. Die Preise stellen diese Opportunitätskosten dar. Veränderungen der Preise setzen Anreize, das Verhalten zu ändern.

3 Der Homo oeconomicus

Das Modell des Homo oeconomicus geht davon aus, dass der Mensch grundsätzlich eigennützig handelt, also aus Alternativen immer diejenige wählt, welche ihm im weitesten Sinne am meisten nützt. Eine Schwäche des Modells besteht darin, dass es ein extrem rationales Verhalten voraussetzt – was im wahren Leben oft nicht gegeben ist. Doch die Tendenz stimmt: Menschen handeln vorwiegend rational und nur in Ausnahmefällen entgegen den eigenen Interessen.

4 Die Wirtschaftssektoren und das BIP

Bei der volkswirtschaftlichen Produktion wird zwischen drei Sektoren unterschieden:

- → dem primären Sektor (Agrarprodukte),
- → dem sekundären Sektor (Industrieprodukte) und
- → dem tertiären Sektor (Dienstleistungen).

Während lange Zeit der Schwerpunkt auf dem primären Sektor lag, konnten ab Mitte des 19. Jahrhunderts mehr und mehr Arbeitskräfte in den sekundären und tertiären Sektor wechseln. Verantwortlich dafür sind vor allem enorme Fortschritte in der Arbeitsproduktivität sowie der mit zunehmendem Wohlstand einhergehende Bedürfniswandel. Zudem ist durch diese Veränderungen das Bruttoinlandsprodukt (BIP) – also der Wert der gesamten Produktion an Waren und Dienstleistungen innerhalb einer Volkswirtschaft und damit ein maßgeblicher Indikator für Wohlstand – in Deutschland seit 1850 um ein Vielfaches gestiegen.

5 Vom Bedürfnis zur Nachfrage

Jeder Mensch hat eine Vielzahl von Bedürfnissen, die auch ganz unterschiedlicher Art sein können – das kann vom Hungergefühl (dem Bedürfnis nach Sättigung) bis zum Wunsch nach einer Mondreise reichen. Dabei lassen sich einige Bedürfnisse schnell und einfach befriedigen, andere nur mit entsprechenden Mitteln. Ist ein Bedürfnis akut – z. B. wenn ein Frierender vor einem Schaufenster steht und sich nach dem ausgestellten Mantel sehnt –, so spricht man von einem (konkreten) Bedarf. Sind zudem die notwendigen Mittel (in der Regel Geld) vorhanden, um das Bedürfnis zu befriedigen, wird der Bedarf zur Nachfrage.

6 Die Maslow'sche Bedürfnispyramide

Mithilfe der Bedürfnispyramide nach Maslow können Bedürfnisse in Kategorien unterteilt und hierarchisch geordnet werden. Dabei bilden die physiologischen Bedürfnisse (z. B. Hunger, Bedürfnis nach Schlaf) die erste Stufe; sind diese befriedigt, so folgen das Bedürfnis nach Sicherheit und andere, bis schließlich ganz oben der Wunsch nach Selbstverwirklichung steht.

7 Die persönlichen Bedürfnisse

Die Maslow'sche Bedürfnispyramide unterscheidet verschiedene Kategorien von Bedürfnissen. Dabei bestimmt unser derzeitiger Lebensstandard, welche Art von Bedürfnissen gerade im Fokus steht – haben wir ausreichend zu essen und fühlen uns sicher, so werden beispielsweise soziale Kontakte zum nächsten wichtigen Anliegen. Generell müssen wir bei unseren Bedürfnissen Prioritäten setzen, denn unsere Mittel reichen in der Regel nicht aus, um sie alle zu befriedigen. Einige Bedürfnisse können auch nicht mithilfe von Geld befriedigt werden – und manche womöglich überhaupt nicht.

8 Marktwirtschaft versus Planwirtschaft

In einer Marktwirtschaft wird über den Ressourceneinsatz dezentral entschieden, während in einer Planwirtschaft eine zentrale Planungsbehörde diese Entscheidungen trifft. Planwirtschaften scheitern früher oder später an der Unmöglichkeit, eine komplexe, arbeitsteilige Wirtschaft zu planen. Es ist undenkbar, die Millionen Einzelentscheidungen, die jede Minute nötig sind, zentral zu koordinieren. Bei einer Marktwirtschaft lenken Preise als Knappheitssignale dezentral.

ZENTRALE BEGRIFFE

Wohlstand	Nutzen
Mikroökonomie	Zahlungsbereitschaft
Makroökonomie	Grenznutzen
Homo oeconomicus	Anbieter
Bedürfnis	Nachfrager
Ressourcen	Bedarf
Opportunitätskosten	Materielle Güter
Ökonomie	Immaterielle Güter
Marginale Entscheidung	Markt
Preis	Transaktion
Anreiz	Marktwirtschaft
Wirtschaftlicher Akteur	Planwirtschaft
Bruttoinlandsprodukt (BIP) pro Kopf	Soziale Marktwirtschaft
Arbeitsproduktivität	Relative Knappheit
Sektor	

WIEDERHOLUNGSAUFGABEN ZU DEN KAPITELN 1 UND 2

- 1 Beschreiben Sie, mit welchen drei grundsätzlichen Themen sich die Volkswirtschaftslehre befasst, und geben Sie für jedes davon ein passendes Beispiel aus Ihrem Alltag.
- 2 Begründen Sie, weshalb der Ausspruch „Zeit ist Geld“ aus ökonomischer Sicht zutrifft, und verwenden Sie den entsprechenden Fachbegriff.
- 3 Erläutern Sie das Modell des Homo oeconomicus und nennen Sie Beispiele für starke Abweichungen zwischen Modell und Realität.
- 4 Wie erklären Sie sich, dass die Landwirtschaft – einstmals Arbeitsbereich für das Gros der Bevölkerung – heutzutage nur noch weniger als 1 % unseres Wohlstands erzeugt? Welche Beispiele für Fortschritte in der Arbeitsproduktivität fallen Ihnen ein?
- 5 Erstellen Sie ein einfaches Schaubild zur Begriffskette „Bedürfnis, Bedarf, Nachfrage“. Ergänzen Sie jeden Punkt um Beispiele aus Ihrem Alltag.

- 6 Zeichnen Sie die Maslow'sche Pyramide und füllen Sie jede Kategorie mit eigenen Beispielen. Fallen Ihnen auch Beispiele ein, bei denen die Zuordnung nicht ganz eindeutig ist (etwa wenn ein iPhone als technisches Hilfsmittel, aber auch als Statussymbol dient)?
- 7 Erläutern Sie die wichtigsten Unterschiede zwischen Markt- und Planwirtschaft.

HANDLUNGSORIENTIERTE AUFGABEN ZU DEN KAPITELN 1 UND 2

- 1 Der Anteil der Wirtschaftssektoren an der Gesamtwirtschaft hat sich seit Mitte des 19. Jahrhunderts in den entwickelten Volkswirtschaften stark verändert. Recherchieren Sie hierzu Zahlen aus Ihrer Region bzw. Ihrer Stadt. Wie entwickelten sich in Ihrer Umgebung der Agrarsektor, der Industriesektor und der Dienstleistungssektor? Erstellen Sie hierzu eine Tabelle und eine grafische Darstellung. Beschreiben Sie die Veränderungen in eigenen Worten.
- 2 Folgendes Beispiel illustriert den sinkenden Grenznutzen:
Jemand hat auf dem Markt Hunger bekommen und kauft sich daher ein Wurstbrötchen. Er konsumiert es, dadurch wird der Hunger zumindest teilweise gestillt. Hat er danach immer noch Hunger, kauft er ein weiteres, das ihm wohl auch noch schmeckt. Mit dem vierten oder fünften Wurstbrötchen wird er keinen weiteren Hunger stillen können, und isst er dann das siebte oder achte, wird ihm wohl schlecht werden. Der zusätzliche Nutzen des achten Wurstbrötchens (= der Grenznutzen) ist also negativ. Besser wäre es gewesen, er hätte sich stattdessen z. B. ein Glas Limonade gekauft.
Finden Sie drei weitere sinnvolle Beispiele für den fallenden Grenznutzen, das heißt für den Umstand, dass die jeweils zuletzt konsumierte Einheit einen geringeren Nutzen hat als die vorherige.
- 3 Der Kobra-Effekt schildert ein klassisches Anreizproblem. Fallen Ihnen weitere Beispiele (aus dem Alltag) ein, wo falsche Anreize gesetzt werden und somit unerwünschtes Handeln gefördert wird?

-
- 4 Unsere Bedürfnisse sind grundsätzlich unbeschränkt, die Ressourcen sind aber knapp. Reflektieren Sie über Ihr monatliches Ausgabeverhalten. Geben Sie das Ihnen zur Verfügung stehende Geld so aus, dass Sie Ihren Nutzen optimieren. Erstellen Sie eine Liste mit zwei Spalten: aktuelle Monatsausgaben und angestrebte Monatsausgabenverteilung. Fällt es Ihnen schwer, Ihr erwünschtes Verhalten zu erreichen? Diskutieren Sie das Thema in der Klasse.
-
- 5 Erkundigen Sie sich auf Internetseiten darüber, welche ökonomischen Folgen die Planwirtschaft in der damaligen DDR für deren Bürger in Beruf und Alltag hatte. Falls Sie Verwandte in Ostdeutschland haben, welche diese Zeit miterlebt haben, fragen Sie diese. Tauschen Sie sich in der Klasse darüber aus.