



## Kap. 08: Mikroökonomie: Haushalte

Rogall  
2011

Prof. Dr. Holger Rogall



Hochschule für  
Wirtschaft und Recht Berlin  
Berlin School of Economics and Law

8.0 Erweiterung des Modells der neoklass. Faktoren der Nachfrage

8.1 Ökonomisch-rationale Faktoren

8.2 Sozial-kulturelle Faktoren

8.3 Psychologische Faktoren der Nachfrage

8.4 Idealistische Faktoren

**Ziel:** Kennen lernen der wichtigsten Aussagen der Mikroökonomie

Stand: 15.09.2011



## Mikroökonomie: Voraussetzungen

Rogall  
2011

Neoklassische Ökonomie wird an allen Wirtschaftsfakultäten der Welt gelehrt

→ Wir müssen zunächst ihre Aussagen verstehen lernen, bevor wir sie weiterentwickeln.

**(1) Menschen handeln immer zweckrational (Eigennützig: Maximierung des Nutzens/des Gewinns)**

**Bewertung: Realität ist komplexer: Menschen steigern ihre Lebensqualität durch:**

- **eigennützige Ziele** (Steigerung des Güterkonsums, Prestige, Macht) und
- **inhaltliche Ziele** (idealistische Ziele, inhaltl. Überzeugungen, Qualitätsziele)



## Mikroökonomie: Voraussetzungen

Rogall  
2011

**(2) Die meisten Wirtschaftsabläufe finden auf Märkten\* statt.**

Hierzu werden Informationen benötigt: Z.B. über Preise der Güter.

\* Einrichtungen, die für einen geplanten Tausch die Gelegenheiten und notwendigen Informationen bieten (über Preise, Qualität der Güter sowie die Kauf- u. Verkaufswünsche).



## Voraussetzungen

Rogall  
2011

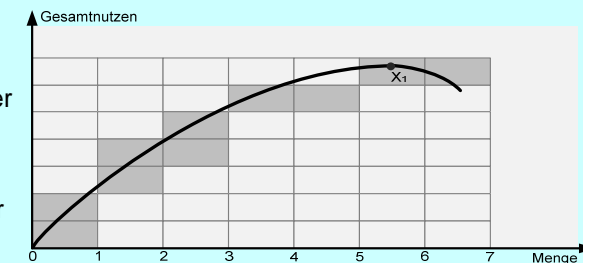
**(3) Für den Güterkonsum gilt i.d.R. der abnehmende Grenznutzen**

**Zusammenhang vom abnehmenden Grenznutzen:**

Der Konsum zusätzlicher Güter stiftet weiteren Nutzen, der aber mit zunehmender Menge **pro Gut**

**immer geringer wird. Bewertung:**

Für die Mehrzahl der Güter (z.B. Nahrungsmittel, Fernseher), ist das eine realistische Annahme.





## Voraussetzungen

Rogall  
2011

- (4) **Präferenzen sind gegeben:** Das 2. Gossensche Gesetz sagt aus, das Menschen intuitiv ihre ideale Güterkombination wählen, so dass ihr Gesamtnutzen am größten ausfällt.

### Bewertung:

- von einem Gesetz keine Rede sein, da es nicht zu beweisen ist (Nutzen lässt sich nicht messen)
- Existenz demeritorischer Güter zeigt, dass Menschen grade nicht immer zu ihrem eigenen Nutzen entscheiden
- sozial-ökonomischen Faktoren der Konsumentenscheidung zeigen, dass Menschen oft nicht selbst, sondern aufgrund einer Manipulation sich entscheiden

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8 VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

5/31



## Begriffe

Rogall  
2011

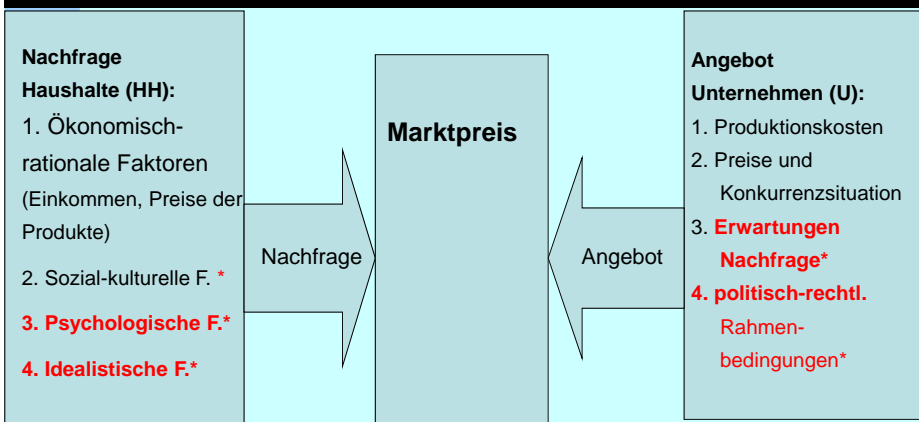
- **Präferenzordnung:** Die Konsumenten bewerten unterschiedliche Güterbündel und erstellen eine Rangordnung (neoklass.: Präferenzordnung). Neoklassiker gehen davon aus, dass ein Konsument oder Haushalt stets weiß, welches von zwei Gütern oder von mehreren Güterbündeln ihm den höchsten Nutzen stiftet bzw. welches Gut er bevorzugt (präferiert).
- Die **Grenzrate der Substitution** drückt aus, wie das Austauschverhältnis zwischen zwei Gütern bewertet wird (wie viel Güter ich von A erhalten muss, wenn ich auf B verzichte, damit der Nutzen konstant bleibt)

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8 VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

6/31



## Bestimmungsfaktoren von Nachfrage u. Angebot



Ziel: **Nutzenmaximierung**

Ziel: **Gewinnmaximierung**

\* Wird in der Neoklassik wenig behandelt.

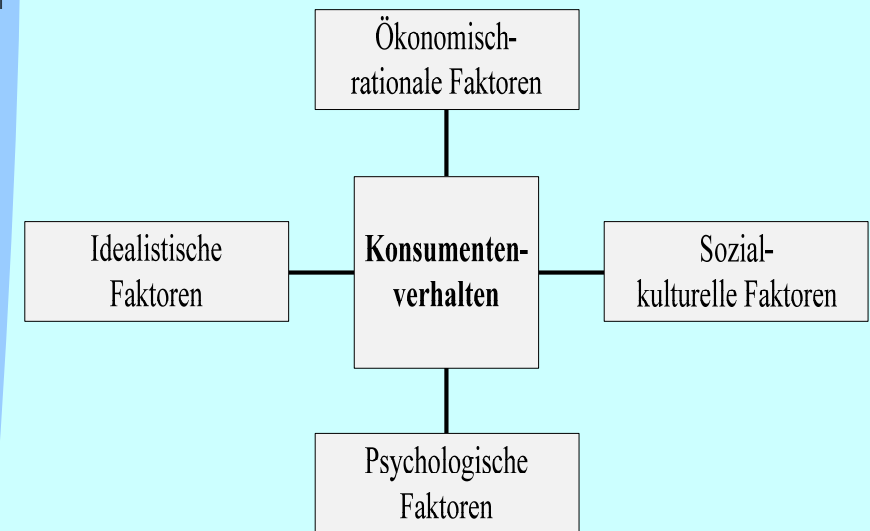
Quelle: Rogall 2012, Kap. 8 VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

7/31



## Bestimmungsfaktoren der Nachfrage

Rogall  
2011



Quelle: Rogall 2012, Kap. 8 VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

8/27



## Gliederung

Rogall  
2011

Prof. Dr. Holger Rogall



Hochschule für  
Wirtschaft und Recht Berlin  
Berlin School of Economics and Law

8.0 Erweiterung des Modells der neoklass. Faktoren der Nachfrage

### 8.1 Ökonomisch-rationale Faktoren

8.2 Sozial-kulturelle Faktoren

8.3 Psychologische Faktoren der Nachfrage

8.4 Idealistische Faktoren

**Ziel:** Kennen lernen der wichtigsten Aussagen der Mikroökonomie

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

9/31



## Erstens: Abhängigkeit der Nachfrage vom Einkommen

Rogall  
2011

**I.d.R. nimmt die Nachfrage bei steigenden Einkommen zu\***

(gilt auch für relatives Einkommen, Zugehörigkeit zur Einkommensschicht)

**Kritik: Erwartungshaltungen über künftige Entwicklung ist ebenso wichtig (individuelles Einkommen und Gesamtwirtschaft – Ansatz von Keynes)**

\* da Einkommenserhöhung wie Preissenkung → Realeinkommenserhöhung

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

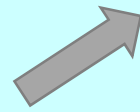
VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

10/31



## Abhängigkeit der Nachfrage vom Einkommen

Rogall  
2011



Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

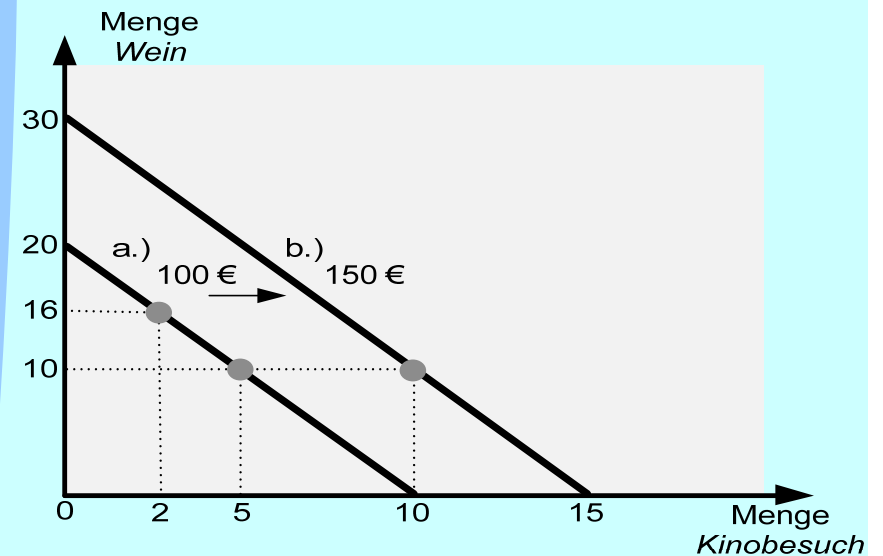
VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

11/31



## Abhängigkeit der Nachfrage vom Einkommen

Rogall  
2011



Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

12/31



## Abhängigkeit der Nachfrage vom Einkommen

Rogall  
2011

### Güterarten nach ihren *Einkommenselastizitäten*\*:

1. **Superiore Güter**  $>1$  (Luxusgüter, z.B. Champagner, Sportwagen)
  - Nachfrage steigt mit dem Einkommen
2. **Inferiore Güter**  $<0$  (einfache Güter, z.B. Grundnahrungsmittel)
  - Nachfrage sinkt mit steigendem Einkommen
3. **Güter mit einer Elastizität  $< 1$**  (normale Güter):
  - Nachfrage steigt, aber unterproportional zur Einkommenserhöhung (*abs. Einkommenshypothese* v. Keynes)

\* Nachfrageänderung bei steigenden Einkommen

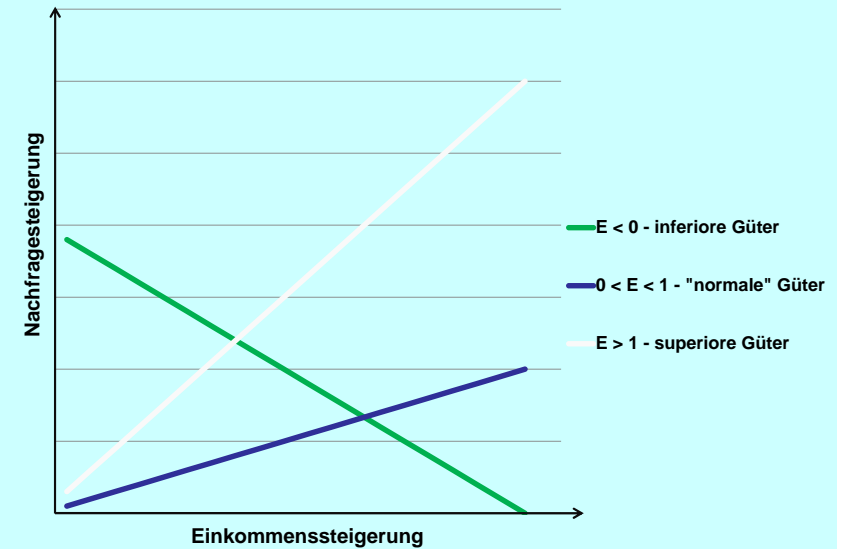
Quelle: Rogall 2012, Kap. 8 VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

13/31



## Güterarten nach ihren Einkommenselastizitäten

Rogall  
2011



Quelle: Rogall 2012, Kap. 8 VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

14/31



## Bewertung

Rogall  
2011

1. Nicht nur die absolute Höhe des Einkommens, sondern auch das *relative* Einkommen beeinflusst die Konsumgewohnheiten eines Menschen (Einkommensschicht). Schwellenland – OECD-Staat.
2. Das Nachfrageverhalten wird nicht nur vom aktuellen Einkommen bestimmt, sondern vor allem auch von den *Erwartungen* über die künftige wirtschaftliche Entwicklung (das individuelle Einkommen und die Gesamtwirtschaft)
3. Die unterschiedlichen Güterarten zeigen, dass sich die Konsumenten nicht immer entsprechend der ökonomisch-rationalen Faktoren verhalten, sondern nach sozial-kulturellen und psychologischen idealistischen Zielen verhalten

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8 VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

15/31



## Zweitens: Abhängigkeit der Nachfrage vom Preis

Rogall  
2011

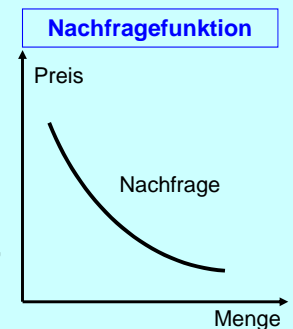
- I.d.R. gilt Zusammenhang von **Angebot und Nachfrage**:

**steigende Preise → sinkende Nachfrage**

- Jeder Mensch verfügt über eine **Nachfragefunktion**

- **Preiserhöhung**

→ Wahl eines Alternativproduktes (*Substitutionseffekt*),  
Preiserhöhung = Senkung des Realeinkommens (Güter pro Arbeitsstunde)



Quelle: Rogall 2012, Kap. 8 VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

16/31



## Abhängigkeit der Nachfrage vom Preis

Rogall  
2011

- **Preissenkung** → Nachfragesteigerung  
(Voraussetzung: Die anderen Faktoren der Nachfragebestimmung bleiben konstant.)
- **Wichtig:** die neoklassische Theorie geht davon aus, dass Unternehmen alle Produkte verkaufen können, wenn sie stark genug den Preis senken.



## Ausnahmen von der Preisregel durch....

Rogall  
2011

### (1) Prestigeeffekt (Veblen-Effekt):

Trotz Preiserhöhung **steigt** die Nachfrage, z.B. weil die Erwerber demonstrieren wollen, dass sie wirtschaftlich erfolgreich sind und sich ein Luxusgut leisten können.

### (2) Snobeffekt:

Die Nachfrage sinkt trotz Preisminderung, z.B. weil Menschen sich bewusst von der Mehrheit abgrenzen wollen.

### (3) Qualitätsvermutungseffekt:

Teure Produkte werden bevorzugt, da von höherer Qualität ausgegangen wird.



## Ausnahmen von der Preisregel durch....

Rogall  
2011

- (4) **Mitläufereffekt:** Nachfrage steigt unabhängig von der Veränderung des Preises, z.B. weil Käuferschicht das Gefühl hat, dieses Produkt besitzen zu müssen, um modern wie andere zu wirken od. nicht als unmodern zu gelten.
- (5) **Boykotteffekt:** Die Nachfrage sinkt trotz konstanter oder sinkender Preise, da ein Teil der Konsumenten dieses Produkt od. Unternehmen boykottieren will (z.B. genmanipulierter Mais, schadstoffhaltige Materialien u.s.w.).



## Direkte Preiselastizität\*

Rogall  
2011

- **Preiselastizität = 1** (Normalfall): Erhöhung der Preise +1% = Nachfragerückgang von 1% → **Erlöse bleiben konstant**
- **Preiselastizität > 1** (*hohe* Preiselastizität): Preiserhöhung um 1% → Nachfragerückgang mehr als 1%, Steigt z.B. der Preis eines Gutes A von 10€ auf 11€ → Nachfrage von 10.000 Stk./Monat auf 8.000 Stk./Monat (ersetzbar ohne Imageverlust) → **trotz steigender Preise geringere Erlöse**
- **Preiselastizität < 1** (geringe Preiselastizität): Preiserhöhung um 1% → Nachfragerückgang weniger 1% (**unelastische Nachfrage**) → **Preissteigerung führt zu Erlössteigerung** (existenziell oder Image)

\* Misst relative Reaktion der Nachfrager auf relative Preissteigerung eines Gutes. Sie ermöglicht vorauszusehen, wie sich der Erlös entwickeln wird, wenn sich Preise ändern.



## Kreuzpreiselastizitäten\*

Rogall  
2011

- **Substitutionale Güter:** Ähnliche oder gleiche Eigenschaften (leicht austauschbar): → Kreuzpreiselastizität ist i.d.R. sehr hoch. Steigt der Preis von Gut A, steigt die Nachfrage nach Gut B. Bei diesen Gütern ist der Spielraum für Preiserhöhungen sehr gering.
- **Komplementäre Güter:** Unmittelbare Beziehung zueinander (z.B. Auto, Reifen) → Kreuzpreiselastizität ist negativ. Steigt der Preis von Gut A, geht nicht nur die Nachfrage nach Gut A, sondern auch die Nachfrage nach Gut B zurück.
- **Unabhängige Güter:** Keine Beziehung zu einander → Preissteigerung von Gut A führt zu keiner Nachfrageveränderung von Gut B

\* Misst das Verhältnis der Nachfrageänderung nach einem Gut B aufgrund der Änderung des Preises des Gutes A

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

21/31



## Kurzfristige und langfristige Elastizität

Rogall  
2011

- Bei **kurzfristiger Nachfrageelastizität** von z.B. 0,6; Benzinpreiserhöhung um 1% → Benzinfrage geht kurzfristig um 0,6% zurück; z.B. in Deutschland nach Einführung der Ökologischen Steuerreform (ÖSR – 1999/ 2003). Die Benzinpreise erhöhten sich um 3% pro J., Verbrauchminderung um 1 bis 5% pro J.
- Bei **langfristiger Nachfrageelastizität:** Zwei verschiedene Reaktionen:
  1. Konsumenten gewöhnen sich an Preiserhöhung, weil sie lieber auf andere Produkte verzichten als anderes Auto/ öffentl. Verkehrsmittel zu nutzen
  2. Konsumenten wählen effizientere Fahrzeuge

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

22/31



## Kurzfristige und langfristige Elastizität

Rogall  
2011

Sind die Elastizitäten bekannt, können Unternehmen die Nachfrageentwicklung von Preiserhöhungen vorausberechnen und der Staat kann abschätzen, welche Lenkungswirkung (Nachfragerückgang) eine Verbrauchssteuer zur Folge hat.

- ➔ Abschätzung der Steuermehreinnahmen aus Steuererhöhung wird möglich. Allerdings kann sich die Elastizität ändern (Tabaksteuer > 1).

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

23/31



## Drittens: Abhängigkeit vom Zins

Rogall  
2011

- Nachfrage nach Produkten die keine Verbrauchsgüter des täglichen Lebens sind, sondern einen erheblichen Anteil des verfügbaren Einkommens kosten hängen z.T. von der Höhe der Realzinsen ab
- Haushalte nehmen einen Kredit für den Erwerb eines Gutes auf, und werden sich fragen, ob ihnen das Gut soviel Wert ist, dass sie über lange Zeit hohe Zinsen für den Kredit zahlen wollen
- Überlegung, ob bei Gütern, die aus dem ersparten Einkommen finanziert werden sollen, eine Verschiebung des Kaufs stattfinden kann, um somit zunächst die hohen Zinsen zu erhalten
- große Bedeutung der sozial-kulturellen und psychologischen Faktoren

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

24/31



## Gliederung

Rogall  
2011

Prof. Dr. Holger Rogall



Hochschule für  
Wirtschaft und Recht Berlin  
Berlin School of Economics and Law

8.0 Erweiterung des Modells der neoklass. Faktoren der Nachfrage

8.1 Ökonomisch-rationale Faktoren

**8.2 Sozial-kulturelle Faktoren**

**8.3 Psychologische Faktoren der Nachfrage**

**8.4 Idealistische Faktoren**

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

25/31



## Bestimmungsfaktoren von Nachfrage u. Angebot

### Nachfrage

#### Haushalte (HH):

1. Ökonomisch-rationale Faktoren (Einkommen, Preise der Produkte)
2. Sozial-kulturelle F. \*
3. Psychologische F.\*
4. Idealistische F.\*

Nachfrage

Marktpreis

Angebot

### Angebot

#### Unternehmen (U):

1. Produktionskosten
2. Preise und Konkurrenzsituation
3. **Erwartungen Nachfrage\***
4. **politisch-rechtliche Rahmenbedingungen\***

Ziel: **Nutzenmaximierung**

Ziel: **Gewinnmaximierung**

\* Wird in der Neoklassik wenig behandelt.

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

26/31



## 8.2 Sozial-kulturelle Faktoren

Rogall  
2011

- (1) **Schichtzugehörigkeit** (Beruf: Werte, Status z.B. Kleidung)
- (2) **Soziale Umwelt** (Familie, Freunde, Nachbarn, Tradition)
- (3) **Alter und natürliche Umweltbedingungen** (z.B. Klima)
- (4) **Werbung**: Laufende Beeinflussung, auch indirekt
- (5) **Mode**
- (6) **Verbraucherinformativen**

→ **Der Kauf eines Kleidungsstück ist Ergebnis v. Einflüssen**

\* **Image des Produktes aufgrund der Beeinflussung durch die Faktoren.**  
Kritik: Wird in neoklass. Theorie selten behandelt. Da der Mensch aber ein soziales Lebewesen ist (Homo cooperativus) → ist er beeinflussbar.

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

27/31



## 8.3 Psychologische Faktoren

Rogall  
2011

- (1) **Erwartungen** über die wirtschaftliche Entwicklung:  
Karriere u. persönliche Einkommensentwicklung, gesamtwirtschaftl. E.
- (2) **Hormonhaushalt**
- (3) **Unterbewusstsein**: die Mehrzahl menschlicher Entscheidungen wird nicht aufgrund rationaler Kriterien im Bewusstsein (S. Freud hätte gesagt vom Ich), sondern vom Unterbewusstsein bestimmt.
- (4) **Genetische Anlagen**: Auch genetische Veranlagungen spielen für Entscheidungen eine wichtige Rolle (sparsamer bis geizig, andere „ausgabefreundlicher“ bis verschwenderisch)

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

28/31



## 8.4 Idealistische Faktoren

Rogall  
2011

Für viele Menschen (nicht alle)  
spielen bei Nachfrageentscheidungen  
auch idealistische Erwägungen eine Rolle.

Einige erwerben:

- Fair-Trade-Produkte,
- Produkte aus der „Region“,
- „Ökosignets“ oder Energieeffizienz (Ökostrom).

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

29/31



## Idealistische Faktoren

Rogall  
2011

**Bewertung:** Diese Menschen folgen zum Teil ethischen  
Prinzipien der intra- und intergenerativen Gerechtigkeit.  
Allerdings kann fast niemand zu 100% sein Leben danach  
ausrichten  
und weniger als die Hälfte richtet sich überhaupt danach.  
Immerhin nimmt der Anteil der Konsumenten zu,  
die mindestens teilweise ihre wirtschaftlichen Entscheidungen  
von diesen Aspekten beeinflussen lassen.

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

30/31



## Zusammenfassung und Fazit

Rogall  
2011

- Menschen versuchen ihre Lebensqualität zu steigern, indem sie **eigennützte** Ziele (Steigerung des Güterkonsums, Prestige, Macht) und **inhaltliche** Ziele (idealistische Ziele, inhaltliche Überzeugungen, Qualitätsziele) verfolgen.
- Die wichtigsten ökonomischen Einflussfaktoren  
(1) ökonomisch-rationale (Einkommen, Preise), (2) sozial-kulturelle,  
(3) Psychologische, (4) Idealistische.
- Ein besonders Augenmerk der neoklassischen Ökonomie:  
Preise und Einkommen  
Grundsätzlich: Steigende Preisen → sinkende Nachfrage  
steigende Einkommen → steigende Nachfrage (und jeweils  
umgekehrt)

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

31/31



## Quellen

Rogall  
2011

### Basisliteratur

- Baßeler, U.; et al. (2010): Grundlagen und Probleme der Volkswirtschaft, 19. Auflage, Stuttgart.
- Mankiew, G. (2004): Grundzüge der Volkswirtschaftslehre, 3. Auflage, Stuttgart.
- Rogall, H. (2011): Grundlagen einer nachhaltigen Wirtschaftslehre, Marburg
- Samuelson, P.; Nordhaus, W. (2005): Volkswirtschaftslehre, 18. Auflage, Landsberg am Lech.

Quelle: Rogall 2012, Kap. 8

VWL 08: Mikroökonomie: Nachfrage der Haushalte

32/32