

1 Wirtschaftliches Handeln von Wirtschaftssubjekten im Hinblick auf wirtschaftliche, ökologische und soziale Aspekte bewerten

Situation: Familie Mutschke plant einen Urlaub

Der Schüler Maximilian Mutschke sitzt abends gemeinsam mit seinen Eltern und seiner Schwester im Wohnzimmer, um den in einigen Monaten anstehenden Familienurlaub zu planen. Gleich zu Beginn des Gesprächs wird jedoch deutlich, dass die Wünsche und Interessen der vier Familienmitglieder weit auseinanderliegen.

Während die Mutter gerne eine speziell auf Familien zugeschnittene Bildungsreise nach Ägypten machen möchte, würde der Vater einen Urlaub im Wohnmobil in die italienischen Dolomiten bevorzugen.

Maximilian hingegen äußert den Wunsch nach einem zweiwöchigen Urlaub in einem großen Luxushotel, mit „All-inclusive-Verpflegung“

und funktionfähigem WLAN, damit er auch während des Urlaubs über seine sozialen Netzwerke ausgiebig kommunizieren kann. Für ihn kommt nur eine Flugreise zu einem sonnigen Urlaubsort auf einer spanischen Insel mit vielfältigen Möglichkeiten zum abendlichen Ausgehen in Betracht.

Dieser Wunsch stößt jedoch sogleich bei seiner Schwester Karla auf erheblichen Widerstand.

Sie ist verärgert über die Wünsche ihres Bruders und hält ihm einen langen Vortrag über die negativen Folgen des Massentourismus.

Karla wünscht sich eher eine Urlaubsreise in eine ruhige und abgelegene Pension an einem See.

Urlaubswünsche der Familie Mutschke



Kompetenzorientierte Arbeitsaufträge:

1. Stellen Sie sich vor, Sie gewinnen eine „Traumreise Ihrer Wahl“. Formulieren Sie ausführlich Ihre eigenen Wünsche, Bedürfnisse und Interessen für eine solche Urlaubsreise!
2. Erläutern Sie, welche Wirkungen Ihre persönliche wirtschaftliche Situation konkret auf die in Aufgabe 1 zusammengestellte Urlaubsplanung hat, falls Sie diesen Urlaub selbst oder durch Ihre Eltern finanzieren müssten! Formulieren Sie abschließend zu Ihren Erläuterungen einen Zusammenhang zwischen dem Bedarf und den Bedürfnissen!
3. **Übersichtsmatrix**

Notieren Sie zehn Bedürfnisse, die Sie sich im Laufe dieses Tages erfüllen möchten! Sortieren Sie diese anschließend in einer Übersichtsmatrix nach Existenz- und Luxusbedürfnissen!



1.1 Wirtschaftsteilnehmer Haushalt, Unternehmen und Staat

Jeder von uns kommt tagtäglich mit **wirtschaftlichen Sachverhalten** in Berührung. Ganz gleich, ob wir eine Kinokarte erwerben, per Internet über entsprechende Portale entgeltlich Musik bzw. Filme streamen oder einen Ausbildungsplatz mit dem Ziel annehmen, später durch eine entsprechende Arbeit Geld zu verdienen. Wir alle **konsumieren** tagtäglich **vielfältige Produkte** und **Dienstleistungen**, die Unternehmen oder staatliche Einrichtungen erzeugt haben und für uns bereithalten.



In der Volkswirtschaftslehre bezeichnet man als **Wirtschaftssubjekt** jede **wirtschaftlich selbstständig handelnde Einheit**. Dies kann z.B. ein privater Haushalt, ein Unternehmen, ein Kreditinstitut oder ein Staat sein.

Wenn wir früher oder später einer Arbeit nachgehen, interessiert uns nicht nur, ob die Arbeit Spaß macht, sondern auch die Höhe des Einkommens.

Wenn wir das verdiente Geld schließlich ausgeben, werden wir uns zumeist die Frage stellen, ob die Preise der Güter und Dienstleistungen, die wir kaufen wollen, angemessen und für uns bezahlbar sind. Wir sind, ob wir wollen oder nicht, Glieder einer Gesellschaft und damit der Wirtschaft.



Die **Wirtschaft** ist ein **wichtiger Teil** unseres **Lebens**, der im Kern die **Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen** zum Gegenstand hat.

1.2 Ökonomische Modelle

(1) Beobachtung ökonomischer Sachverhalte

Mit dem Alltagswissen über wirtschaftliche Erscheinungen können wir nicht erklären, weshalb bestimmte **ökonomische** (wirtschaftliche) Sachverhalte so und nicht anders ablaufen. Dies ist vielmehr Aufgabe wissenschaftlicher Untersuchungen (Analysen). Hierbei kommt der **Beobachtung der Wirklichkeit** eine besondere Bedeutung zu.

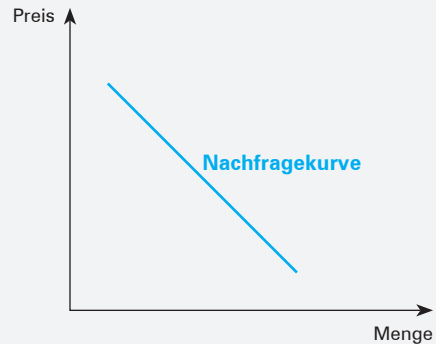
(2) Modellbildung

Mit Blick auf die vielen Verzahnungen des Wirtschaftsgeschehens vollzieht sich ökonomisches Denken typischerweise in Form von **Modellen**, die lediglich einen Teil der komplexen Realität (Wirklichkeit) abbilden. Mit ihrer Hilfe lassen sich die Grundzüge des Wirtschaftsprozesses durch das **Zusammenspiel** von Haushalten, Unternehmen, dem Staat und anderen Wirtschaftssubjekten **vereinfacht** darstellen.

Modelle sind eine **gedankliche Hilfskonstruktion** zur **vereinfachten** Abbildung der Realität.

Beispiel:

Untersucht man in der Volkswirtschaftslehre den Verlauf der nachgefragten Menge, so beschränkt sich diese Betrachtung beispielsweise auf die Änderung der Nachfragemenge bei Variation des Preises des nachgefragten Gutes. Dabei bleiben andere Faktoren, z.B. die Einkommensentwicklung, die Veränderung der Qualität des nachgefragten Produktes, die Bedeutung dieses Produktes innerhalb der Bedürfnishierarchie des Nachfragers oder gar die Preisentwicklung anderer Güter, zunächst außen vor. Erst nach und nach werden in das vereinfachte Ausgangsmodell auch diese Faktoren mit einbezogen, um komplexere Zusammenhänge zu veranschaulichen und gedanklich zu durchdringen.



1.3 Konsumverhalten der Menschen

1.3.1 Problemstellung

Das zur Verfügung stehende Einkommen einer Privatperson kann entweder für Konsumzwecke **ausgegeben** oder **gespart** werden.

Unter **Konsum**¹ versteht man die **Inanspruchnahme** von Gütern und Dienstleistungen zur unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung.

Das Konsumverhalten (Verbraucherverhalten) ist neben der Höhe des Einkommens von vielen anderen Faktoren abhängig und **verändert** sich im Laufe der Zeit.

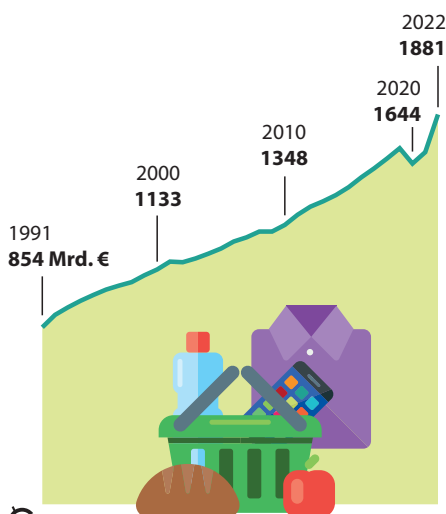


Das **Konsumverhalten** der Verbraucher wird laufend **wissenschaftlich erforscht**, da es sowohl für die Entwicklung der gesamten **Volkswirtschaft** als auch für die Selbstverwirklichung jedes **Einzelnen** von großer Bedeutung ist.

¹ **Konsumieren**: verbrauchen, verzehren.

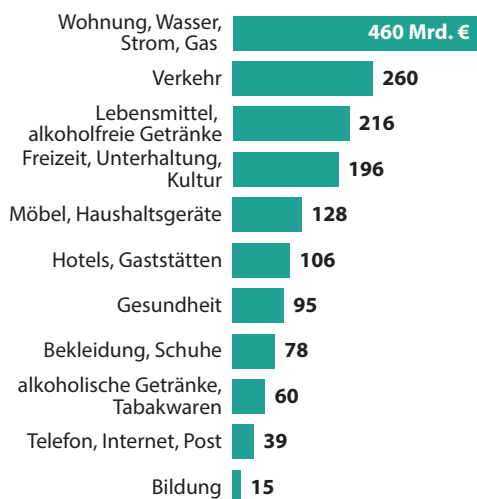
Konsumausgaben in Deutschland

Ausgaben der privaten Haushalte
in Milliarden Euro



Globus 016016

So viel gaben private Haushalte 2022 aus für ...
(in Milliarden Euro)



Quelle: Statistisches Bundesamt

1.3.2 Ökonomische und ökologische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten

Im Folgenden werden ökonomische und ökologische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten (Verbraucherverhalten) vorgestellt.

(1) Ökonomische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten

Ökonomische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten unterstellen, dass der Verbraucher sich immer nach dem **ökonomischen Prinzip**¹ verhält. Dieses besagt, dass der Verbraucher versucht, die Ware möglichst billig zu erwerben (**Minimalprinzip**) bzw. mit dem vorhandenen Geld möglichst viele Waren zu kaufen (**Maximalprinzip**). Der Preis eines bestimmten Gutes bestimmt also vorwiegend das Kaufverhalten.



Der **gut informierte** und **rational**² handelnde Konsument zeigt auf einem Markt folgende theoretische Grundverhaltensweisen:

- **Steigt** der **Preis** eines Gutes, **sinkt** die nachgefragte **Menge** dieses Gutes.
- **Fällt** der **Preis** eines Gutes, **steigt** die nachgefragte **Menge** dieses Gutes.

1 **Prinzip**: Grundsatz. Näheres zum ökonomischen Prinzip siehe Kapitel 2.3.2.

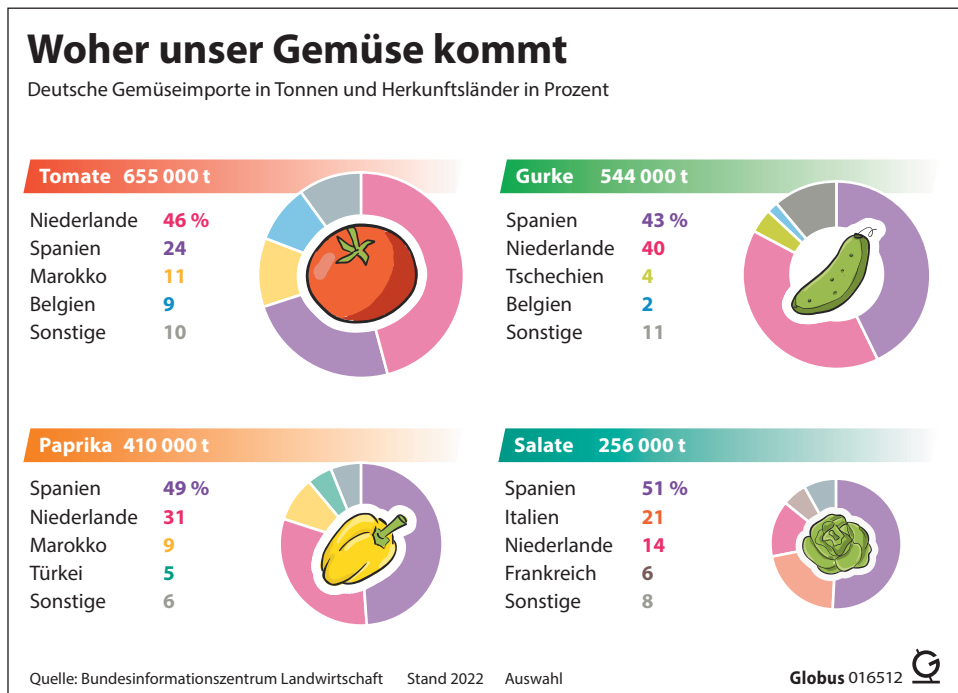
2 **Ratio**: Verstand, **rational**: vom Verstand gesteuert, vernünftig.

Die Hauptkritik an den ökonomischen Erklärungsansätzen des Konsumverhaltens bezieht sich auf die Tatsache, dass **allein** wirtschaftliche Überlegungen als entscheidend für Kaufhandlungen angesehen werden. Dies entspricht jedoch **nicht** der Realität. So spielen z. B. **emotionale** und zunehmend auch **ökologische** Aspekte eine Rolle bei Konsumententscheidungen.

(2) Ökologische Erklärungsansätze zum Konsumverhalten

Ein ökologisches Konsumverhalten gewinnt vor dem Hintergrund weiter **steigender globaler Umweltbelastungen** für immer mehr Menschen in Deutschland an Bedeutung. Bei diesem Konsumverhalten geht es den Verbrauchern in erster Linie um die **Vermeidung negativer ökologischer Auswirkungen** der Güterproduktion, die sich **generationenübergreifend** durch entsprechende Umweltschäden abzeichnen.

Konsumenten erwarten heutzutage nicht nur einen **Gebrauchsnutzen** von den zu ihrer Lebenshaltung notwendigen Gütern. Der **Nutzengewinn** des Konsums soll auch auf möglichst umweltschonende Weise erreicht werden. Beispiele dieses Trends zum ökologischen Konsum ist das seit Jahren anhaltende stetige Wachstum des Marktes für **biologisch erzeugte Lebensmittel**, die steigende Nachfrage nach **Lebensmitteln aus der Region**, der Verzicht auf Fleischkonsum oder Flugreisen.



Die Grundidee bzw. der **Trend** hin zum umweltgerechten Konsum dehnt sich mittlerweile auf immer **mehr Konsumbereiche** aus. So gibt es ein umfassendes Sortiment an ökologisch hergestellter **Kleidung, Möbeln oder Reisen** („sanfter Tourismus“).

1.3.3 Veränderung der Konsumwünsche

Das Konsumverhalten hat sich in den letzten Jahrzehnten grundlegend verändert. Der Verbraucher, der seinen Bedarf im Rahmen eines starr geplanten Verhaltens deckt, wird seltener. Stattdessen rückt die **spontane, erlebnishafte** Bedürfnisbefriedigung in den Vordergrund.

Gründe für die Veränderung des Konsumverhaltens sind u. a.:

- Die vergangenen Jahre waren durch einen **Wertewandel** hin zur Individualisierung und Erlebnisorientierung gekennzeichnet.
- Immer mehr **Frauen** sind berufstätig und haben ein **eigenes Einkommen**.
- Die Globalisierung beeinflusst den Lebensstil. Das große Warenangebot vervielfacht die **Konsumalternativen**.
- Die Verbraucher sehen im Konsum eine **Belohnung** für die geleistete Arbeit. **Einkaufen** („Shopper“) wird zu einer beliebten Form der **Freizeitgestaltung**. **Shopping Malls** (Einkaufszentren) erfreuen sich immer größerer Beliebtheit.



Der **Wandel vom Versorgungs- zum Erlebniskonsum** begann zunächst im Urlaubs- und Freizeitbereich und hat mittlerweile auch den Bereich der allgemeinen Lebensführung erreicht.

Die **Erlebnisqualität** wird zu einem immer wichtigeren Kaufkriterium. Konsumgüter ohne erkennbaren Erlebniswert verlieren zunehmend an Attraktivität.

1.3.4 Fehlentwicklungen im Konsumverhalten

Die zunehmende Konsumorientierung führt nicht selten zu einem **Konsumzwang**. Gekauft wird nicht mehr in erster Linie, um seine Versorgung sicherzustellen, sondern um akzeptiert zu werden oder um Spaß zu haben – koste es, was es wolle.

Zudem besteht die Gefahr, dass die Menschen konsumieren, um **Frust** abzubauen. Die Lust auf Konsumieren entspringt dann der **Angst** vor der eigenen **inneren Leere**. Aus einer zu starken und sehr zeitintensiven Konsumorientierung heraus erwachsen insbesondere folgende Gefahren:

- Die **Bereitschaft** der Menschen, **selbst Verantwortung und Verpflichtungen zu übernehmen** und sich gegenseitig in bestimmten Situationen zu helfen, **sinkt**.
- Die Konsumgesellschaft bringt persönliche **Desorientierung** und **Verhaltensunsicherheit** mit sich. Man hat Angst vor dem Verlust von sozialen Statussymbolen und damit auch der Anerkennung.
- Das Kreditkartenzücken und **Online-Shopping** ist oftmals sichtbarer Ausdruck einer neuen Form der Konsumabhängigkeit. Das **„Über-die-eigenen-Verhältnisse-Leben“** ist ein weiteres Merkmal dieser Fehlentwicklung im Verbraucherverhalten.



Diese Gefahren dürfen nicht unterschätzt werden. Der Konsument muss daher in die Lage versetzt werden, Konsumententscheidungen mehr mit **Vernunft** und **weniger** vom **Gefühl** her zu treffen. Der Informationsaustausch mit Freunden, aber auch Verbraucherberatungsstellen können helfen, den Weg zu einem **verantwortungsbewussten** Konsumverhalten zu finden.

- **Allgemein gilt:** Je **informierter** die Menschen als Verbraucher sind und je **größer** ihre **Unabhängigkeit** gegenüber den Verlockungen des Konsumangebots ist, desto **weniger** sind sie von den Fehlentwicklungen betroffen.
- Jeder **Einzelne** kann durch seine Kaufentscheidung die **Entwicklung** von Wirtschaft, Gesellschaft und Umwelt **mitbestimmen**.



Kompetenztraining



1. Beschreiben Sie, warum das Konsumverhalten nicht nur aus rein ökonomischer Sicht erklärt werden kann!
2. Lesen Sie zunächst nachfolgenden Text zum Konsumverhalten!

Konsumverhalten – Die tägliche Verführung

Niemand schöpfte Verdacht. Nicht die Freundinnen, denen Gina Morgenson den prickelnden Schaumwein aus Australien einschenkte und die Bodylotion einer Naturproduktserie ans Herz legte. Nicht die Nachbarn, denen Eric Morgenson beim Barbecue seinen neuen Grill präsentierte. Nicht die Mitschüler, denen die Söhne ihre coolen Rucksäcke und Snowboards vorführten. Vertrauensvoll wie Lämmer folgten Nachbarn und Freunde den Morgensons – und kauften und kauften, was immer diese sympathische, gut situierte Familie ihnen anpries. Sie ahnten nicht, dass sie Teil eines verblüffenden Experiments waren und wie Marionetten dem Willen eines einzigen Mannes folgten.

Martin Lindstrom ist ein zierlicher, jungenhaft wirkender Mann, man sieht ihm nicht an, welche Macht er hat. Doch Lindstrom gilt als Marketing-Guru. Er berät Firmen, die ihre Produkte erfolgreicher vermarkten wollen. Er weiß, wie man Menschen verführt. Und er sorgte dafür, dass die Einwohner von Laguna Beach in Kalifornien [...] plötzlich ganz verrückt nach bestimmten Markenprodukten waren. Inspiriert von dem Hollywoodfilm *The Joneses – Verraten und verkauft*, in dem vier als Familie getarnte Marketingagenten ihren

Nachbarn neue Produkte unterjubeln, wollte Lindstrom herausfinden, welchen Einfluss Freunde und Bekannte auf Kaufentscheidungen haben.

Er stellte den Film mit einer echten Familie nach, den Morgensons. Eine eigens engagierte Castingagentin hatte sie nach monatelanger Suche gefunden. Die Morgensons waren sozial gut vernetzt, erfolgreich und sahen gut aus – sie verkörperten den amerikanischen Traum. Lindstrom ließ 35 Kameras und 25 Mikrofone in ihrem Haus verstecken, um vier Wochen lang zu beobachten, wie sie ihren Freunden und Nachbarn bei jeder Gelegenheit die ausgewählten Seifen, Weine oder Schuhe aufzuschwatzen versuchten. Das Ergebnis übertraf Lindstroms kühnste Erwartungen: Jeder der Freunde kaufte später im Schnitt drei der gelobten Produkte.

Tagtäglich werden wir systematisch von Marketingexperten und Werbegenieen manipuliert. Mit immer raffinierteren Methoden versuchen sie, die geheimsten Wünsche und Gefühle der Menschen zu ergünden und ihre Konsumgewohnheiten auszuspiionieren – um sie dann zum Kauf immer neuer Produkte zu verführen.

Und nur allzu bereitwillig gehen wir auf ihre Manipulationen ein, geben den Versuchungen nach. Denn Kaufen verspricht Glück – weckt doch jedes neue Produkt die Hoffnung, das Leben noch ein klein wenig besser zu machen. Die Tricks der Marketingstrategen und Verkäufer treffen heute mehr denn je auf eine verunsicherte Gesellschaft, die nach Halt und Bestätigung sucht, oft auch nur nach Beschäftigung. Kaufen ist ein Hobby gewor-

den, ein Mittel zur Stimmungsregulation und Selbstoptimierung, manche sagen sogar: eine neue Weltreligion.

Doch das Glück in Tüten ist trügerisch. Wen hat nicht schon einmal nach dem Rausch das schlechte Gewissen beschlichen (Dispokredit! Klimawandel! Welthunger!) und das schale Gefühl, dass immer mehr nie genug ist – wohl aber Geld, Zeit und Energie kostet. [...]

Quelle: ZEIT Online vom 31.05.2012.

Aufgabe:

Erläutern Sie, inwieweit dieser Artikel Ihr persönliches Konsumverhalten bzw. Ihre Konsummotive konkret beschreibt. Gehen Sie dabei insbesondere darauf ein, durch wen und in welcher Form Ihr Einkaufsverhalten beeinflusst wird!

1.4 Entstehung von Nachfrage

1.4.1 Begriff und Arten der Bedürfnisse

(1) Begriff Bedürfnisse



Unter Bedürfnissen versteht man **Mangelempfindungen** der Menschen, die diese beheben möchten. Die Bedürfnisse sind die **Antriebe** (Motive) für das wirtschaftliche Handeln der Menschen.

Diese Begriffserläuterung lässt sich anhand eines einfachen Beispiels aus dem täglichen Leben verdeutlichen.

Beispiel:

Der 17-jährige Nils hat nach einer ausgiebigen Fahrt mit seinem Skateboard in der Halfpipe Durst. Ingeheim verspürt er einen Mangel an Flüssigkeit. Dieses „**Mangelempfinden**“ möch-

te er nunmehr schnellstmöglich durch ein erfrischendes Getränk beseitigen. Allgemein formuliert hat er also das Bedürfnis, etwas zu trinken.

Im Zusammenhang mit den Bedürfnissen unterstellt die Wirtschaftswissenschaft, dass die Bedürfnisse der Menschen **unersättlich** sind, sie also fortwährend bestrebt sind, einen **immer höheren Versorgungsgrad** zu erreichen. Auch diese Annahme lässt sich mithilfe der Alltagserfahrung unterlegen.



Beispiel:

Die 17-jährige Schülerin Mila wünscht sich dringend ein neues Smartphone. Wird ihr dieser Wunsch von ihren Eltern erfüllt, so bedeutet dies mit Sicherheit nicht das Ende ihrer Bedürfnisse. Denn kaum ist mit dem Smartphone ihr zu diesem Zeitpunkt sehnlichster Wunsch befriedigt, sehnt sie sich beispielsweise nach dem Führerschein, danach nach einem Urlaub. Sollten ihr auch diese Bedürfnisse erfüllt werden, so dürften als nächstes ein größeres Zimmer, ein eigenes Auto oder eine eigene Wohnung auf ihrer Wunschliste auftauchen. Und auch wenn ihr dies früher oder später ermöglicht werden sollte, findet sich für Mila mit Sicherheit im Anschluss daran wiederum ein neuer Mangel, den es schnellstmöglich zu beseitigen gilt.



(2) Gliederung der Bedürfnisse

■ Gliederung der Bedürfnisse nach der Dringlichkeit

Bedürfnisse	Erläuterungen	Beispiele
Existenzbedürfnisse	Sie sind körperliche Bedürfnisse. Sie müssen befriedigt werden. Ihre Befriedigung ist lebensnotwendig.	■ Hunger bzw. Durst stillen wollen. ■ Das Bedürfnis, sich vor Kälte bzw. dem Erfrieren schützen zu wollen.
Kulturbedürfnisse	Sie entstehen mit zunehmender kultureller, also auch technischer, wirtschaftlicher oder künstlerischer Entwicklung, weil die Ansprüche, die der Einzelne an das Leben stellt, wachsen.	■ Sich modisch kleiden wollen. ■ Der Wunsch nach einer Ferientour. ■ Ein eigenes Auto fahren wollen.
Luxusbedürfnisse	Von Luxusbedürfnissen spricht man, wenn sich die Bedürfnisse auf Sachgüter oder Dienstleistungen richten, die sich in einer bestimmten Gesellschaft nur besonders Wohlhabende leisten können.	■ Eine sehr teure Luxusuhr tragen. ■ Eine Villa mit Swimmingpool und/oder ■ eine Segeljacht besitzen wollen.

Eine **genaue Abgrenzung** zwischen Kultur- und Luxusbedürfnissen ist nicht immer ohne Weiteres möglich. Gemeinsam ist ihnen, dass ihre Befriedigung **nicht** unbedingt lebensnotwendig ist.

■ Gliederung der Bedürfnisse nach dem Bedürfnisträger

Bedürfnisse	Erläuterungen	Beispiele
Individualbedürfnisse¹	Sie richten sich auf Güter, die der Einzelne für sich allein (bzw. innerhalb seiner Familie) konsumieren kann.	Die Wünsche, Pizza zu essen, ein bestimmtes Getränk zu sich zu nehmen, ein eigenes Smartphone oder Auto zu besitzen.
Kollektivbedürfnisse²	Sie werden mit Gütern befriedigt, die allen Mitgliedern der Gesellschaft zur Nutzung zur Verfügung stehen sollten.	Die Wünsche, auf einer Landstraße Motorroller zu fahren, ein öffentliches Verkehrsmittel zu benutzen, eine Schule zu besuchen, an einer staatlichen Universität zu studieren. Das Bedürfnis, in einer sauberen Umwelt zu leben.

Mit **zunehmendem Wohlstand** ist zu beobachten, dass die **Kollektivbedürfnisse anwachsen**. Die Ansprüche an den Staat werden immer umfangreicher (z. B. Forderungen nach besseren Schulen, mehr Universitäten, mehr Umweltschutz, besseren Straßen).

■ Gliederung der Bedürfnisse nach der Bewusstheit der Bedürfnisse

Bedürfnisse	Erläuterungen	Beispiele
offene Bedürfnisse	Bei offenen Bedürfnissen handelt es sich um solche Mangelempfindungen, die dem Einzelnen bewusst sind.	Im Anschluss an eine Doppelstunde Sport verspürt ein Schüler den Wunsch, etwas zu trinken, um seinen Durst zu löschen.
latente³ Bedürfnisse	Sie sind beim Einzelnen unterschwellig vorhanden und müssen erst noch durch die Umwelt geweckt werden. Die Bewusstwerdung dieser im Unterbewusstsein bereits existenten Wünsche wird durch einen „äußeren Reiz“ ausgelöst.	So hat gewiss jeder schon einmal die Erfahrung gemacht, dass er beim Shopping – angelockt von einer Schaufensterauslage oder einem herrlichen Essensduft – etwas gekauft hat, was bis zu diesem Zeitpunkt nicht auf seiner „Einkaufsliste“ stand.
manipulierte⁴ Bedürfnisse	Bei manipulierten Bedürfnissen handelt es sich um ein Mangelempfinden, das gezielt von Werbung, Politik, Medien oder anderen Manipulatoren erzeugt wird. Dabei spricht insbesondere die Werbung nicht nur (latent) vorhandene Bedürfnisse an, sie erzeugt vielmehr bei den Zielgruppen auch neuartige Bedürfnisse.	Das Image der aktuellen „Stars“ (Musiker, Sportler, Schauspieler, Youtuber etc.) und die damit verbundene Art, sich zu schminken oder zu kleiden, wird regelmäßig von gewissen Medien zur Mode stilisiert und infolge millionenfach verkauft. Zudem wird häufig beim Kauf bestimmter Marken eine Elitezugehörigkeit unterstellt. Weitere Beispiele sind Modetrends bei Frisuren, Schönheitsideale oder Körperkult.

1 **Individualbedürfnisse:** Bedürfnisse des Einzelnen (von Individuum: Einzelwesen).

2 **Kollektivbedürfnisse:** Bedürfnisse der Gesamtheit, Gemeinschaft.

3 **Latent:** versteckt.

4 **Manipulieren:** Menschen bewusst und gezielt beeinflussen oder lenken.

■ Bedürfnispyramide nach Maslow

Der Mensch wird, wenn er **vernünftig (rational)** handelt, zunächst die Bedürfnisse zu befriedigen suchen, die ihm am **dringlichsten** erscheinen.



Der amerikanische Psychologe Abraham Maslow hat deshalb das Konzept einer Bedürfnispyramide entwickelt. Nach Maslow wird der Wunsch zur Befriedigung der Bedürfnisse einer höheren Pyramidenstufe erst dann erreicht, wenn die Bedürfnisse der **Vorstufe weitestgehend** befriedigt sind.



■ Beispiele:

- Ein Schüler kauft einen Pullover und erfüllt damit ein **Grundbedürfnis**, weil er nicht frieren möchte.
- Fordert er bewusst eine gute Faserqualität, so erreicht er damit das **Sicherheitsbedürfnis**.
- Mit der Auswahl von Farbe und Design befriedigt er das **soziale Bedürfnis** und zum Teil das Geltungsbedürfnis.
- Beim Einkauf erwartet er Beratung und Anregung zum Kombinieren mit Hemd, Tuch, Schal oder Jacke und befriedigt damit sein **Geltungsbedürfnis**.
- Indem er eine besondere Marke kauft (der Pullover trägt das Zeichen einer Premiummarke) in der Absicht, einen Lebensstil zu erreichen, wird ein Statuskauf vorgenommen. So trägt der Pullover durch die Selbststilisierung zur **Selbstverwirklichung** bei.



1.4.2 Bedarf

Da die Bedürfnisse der Menschen unbegrenzt sind, können sie mit Blick auf die nur **begrenzt** vorhandenen (finanziellen) **Mittel** nicht alle befriedigt werden. Der **Teil** der Bedürfnisse, der sich von dem **verfügbaren** Taschengeld oder Einkommen bzw. den Ersparnissen realisieren lässt, wird als Bedarf bezeichnet.



Die mit **Kaufkraft** versehenen Bedürfnisse bezeichnet man als **Bedarf**.

Beispiel:

Der 17-jährige Hamid, der sein monatliches Taschengeld schon aufgebraucht hat, würde sich gerne den neuesten James-Bond-Film im Kino ansehen. Leider bleibt dieser Wunsch zunächst ein Bedürfnis. Erst wenn er zu Beginn des neuen Monats von seinen Eltern seine 50,00 EUR Taschengeld erhält, könnte er sich den Film im Kino anschauen. Das Bedürfnis wird erst dann zum konkreten Bedarf.

1.4.3 Nachfrage



Die **Nachfrage** ist der Teil des Bedarfs, der **tatsächlich** am Markt an Gütern und Dienstleistungen **nachgefragt** wird.

Der Bedarf muss **nicht** in vollem Umfang mit der am Markt tatsächlich nachgefragten Gütermenge übereinstimmen, da unterschiedliche Gründe dazu führen können, dass Güter letztlich nicht nachgefragt werden.

Die Nachfrage des Einzelnen basiert also auf dessen Bedürfnissen. Dabei ist die konkrete Nachfrage von verschiedenen **Kriterien** abhängig, wie beispielsweise den **Preisen** der Güter, der **Konsumsumme** und **Bedürfnisstruktur** des Nachfragenden.

Beispiel:

Der Schüler Paul Becker verspürt in der ersten Pause großen Hunger auf eine Pizzaschnecke, ein Eis und Schokolade.

An der Preistafel des Schulkiosks informiert er sich über das aktuelle Angebot.

Bei Durchsicht seiner Geldbörse stellt er allerdings fest, dass er nur über 1,80 EUR Bargeld verfügt, sodass er nicht alle seine Bedürfnisse mit den ihm zur Verfügung stehenden finanziellen Mitteln befriedigen kann. Zwar könnte er sich theoretisch zwei Schokoriegel und eine Eiskugel kaufen, aufgrund der nach seinem Empfinden zu hohen Preisforderung für eine Eiskugel entscheidet er sich jedoch für drei Schokoriegel, sodass ihm 0,30 EUR verbleiben. Der Bedarf, also die mit Kaufkraft ausgestatteten Bedürfnisse, wurde nicht in vollem Umfang als Nachfrage am Markt (Schulkiosk) wirksam.

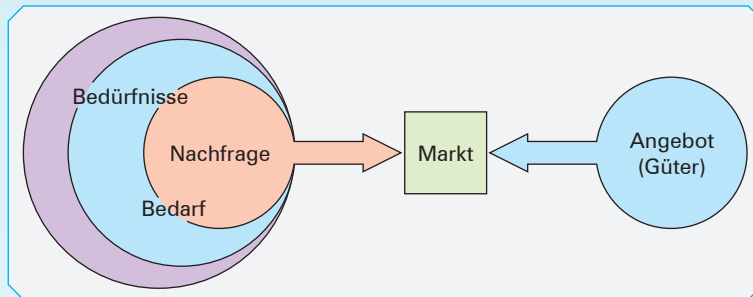
Preisliste

Kakao	0,60 EUR
Kaffee	0,75 EUR
Limonade	0,90 EUR
Orangensaft	1,10 EUR
belegte Brötchen	0,75 EUR
Nussecke	1,25 EUR
Pizzaschnecke	2,50 EUR
Kleiner Salat	2,75 EUR
Müsliriegel	0,60 EUR
Schokoriegel	0,50 EUR
Eiskugel	0,80 EUR

Kompetenztraining



- 2
1. Nennen Sie je fünf Beispiele für lebensnotwendige und nicht lebensnotwendige Bedürfnisse!
 2. Erläutern Sie, worin sich die Existenzbedürfnisse von den Kulturbedürfnissen unterscheiden!
 3. 3.1 Beschreiben und interpretieren Sie das folgende Schaubild:



- 3.2 Ergänzen Sie folgende Übersicht, indem Sie die Bedürfnisarten und jeweils drei von Ihnen selbst gewählte Beispiele aus Ihrem Lebensalltag eintragen!

Bedürfnisse nach Dringlichkeit		
Beispiele: 1. _____ 2. _____ 3. _____	Beispiele: 1. _____ 2. _____ 3. _____	Beispiele: 1. _____ 2. _____ 3. _____

Vorlage


mvurl.de/8vkm

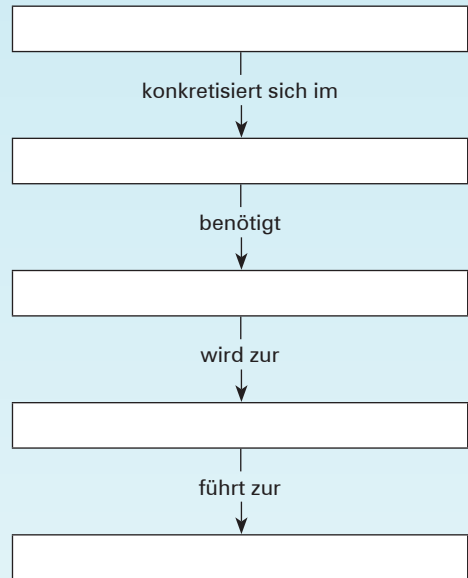
- 3.3 Teilen Sie die Bedürfnisse nach den Bedürfnisträgern ein!
Nennen Sie zu jeder Bedürfnisart mindestens zwei selbst gewählte Beispiele aus Ihrem Lebensbereich!

Vorlage


mvurl.de/8vkm

4. Vervollständigen Sie das nebenstehende Schaubild, indem Sie die folgenden Begriffe sachlogisch korrekt in die vorgegebenen Felder einfügen!

- Nachfrage
- Bedarf
- Deckung (eines Teils) des Bedarfs
- Bedürfnis
- Kaufkraft

**Vom Bedürfnis zur Nachfrage:**

5. Bedürfnisse lassen sich nach unterschiedlichen Kriterien einteilen. Prüfen Sie, welche der nachfolgenden Aussagen falsch ist! Ist keine der Aussagen falsch, tragen Sie eine ⑨ ein!

- ① Bei den latenten Bedürfnissen handelt es sich um ein Mangelempfinden, das gezielt von Werbung, Politik, Medien oder anderen Manipulatoren erzeugt wird.
- ② Individualbedürfnisse richten sich auf Güter, die der Einzelne für sich allein bzw. innerhalb seines privaten Haushalts konsumieren kann.
- ③ Von Luxusbedürfnissen spricht man, wenn sich die Bedürfnisse auf Sachgüter oder Dienstleistungen richten, die sich in einer bestimmten Gesellschaft nur wenige Begüterte leisten können.
- ④ Existenzbedürfnisse sind körperliche Bedürfnisse, deren Befriedigung lebensnotwendig ist.
- ⑤ Kulturbedürfnisse entstehen mit zunehmender kultureller, also auch technischer, wirtschaftlicher oder künstlerischer Entwicklung, weil die Ansprüche, die der Einzelne an das Leben stellt, wachsen.
- ⑥ Das Bedürfnis, an einer Universität zu studieren, zählt zu den Kollektivbedürfnissen.

6. Bedürfnisse lassen sich nach verschiedenen Gesichtspunkten unterteilen.

Stellen Sie in den nachfolgenden Fällen fest, ob es sich um ein

Spalte A

- ① Individualbedürfnis,
- ② Kollektivbedürfnis,

Spalte B

- ③ Existenzbedürfnis,
- ④ Kultur- und Luxusbedürfnis,

handelt! Tragen Sie die entsprechenden Ziffern in die jeweiligen Felder ein!

Ist nach Ihrer Einschätzung keine genaue Zuordnung möglich, tragen Sie bitte eine ⑨ ein!

6.1	Die bayrische Landesregierung möchte in Zukunft mehr Polizisten einstellen, um so den Wunsch der Bevölkerung nach mehr innerer Sicherheit zu erfüllen.	
6.2	Der Schüler Max Rauth möchte sich eine Spielekonsole der neuesten Generation kaufen. Leider sind seine derzeitigen Ersparnisse noch nicht ausreichend.	
6.3	Die Stadt Hannover plant den Bau eines neuen Erlebnisbades mit mehreren Wasserrutschen und einer großzügigen Sauna- und Wellnessoase.	
6.4	Die Familie Schnatterer baut ein Einfamilienhaus in der Nähe von Köln. Ihre Mietwohnung wurde ihnen wegen Eigenbedarfs zum nächsten Jahr gekündigt.	
6.5	Die Schülerin Franziska Simon möchte künftig ein eigenes Auto fahren. Hierzu besucht sie aktuell die Fahrschule Geiger.	
6.6	Die Bundeswehr baut eine neue Kaserne in Oberbayern für die Ausbildung von Gebirgsjägern. Diese Maßnahme wurde erforderlich, da das Heer aufgestockt werden soll.	
6.7	Die Bürger der Stadt Freiburg haben per Bürgerinitiative durchgesetzt, dass die Stadt künftig ein Fahrverbot für Pkw in der Innenstadt verhängt, da die zulässigen Grenzwerte für die Luft ständig überschritten werden.	
6.8	Der Schüler Paul Gruber verspürt großen Durst und möchte sich deshalb in der Pause eine Flasche Mineralwasser am Schulkiosk kaufen.	
6.9	Die Stadt Frankfurt muss im nächsten Jahr dringend in eine neues Wasserwerk investieren, um mit Blick auf den gestiegenen Bedarf die Versorgungssicherheit zu gewährleisten.	
6.10	Um ihre beruflichen Aufstiegschancen zu verbessern, möchte die Auszubildende Annica Christin im Anschluss an ihre Ausbildung nebenberuflich an einer privaten Hochschule studieren.	

2 Eigene Erfahrungen nutzen und Konsumententscheidungen hinterfragen



Situation: Michels Konsumwünsche übersteigen seine finanziellen Möglichkeiten

Michel Knappstein besucht zurzeit eine Berufsfachschule mit dem Ziel, anschließend eine Ausbildung zum Industriekaufmann zu beginnen. Von seinen Eltern erhält er ein monatliches Taschengeld in Höhe von 80,00 EUR.

Da Michel aber mit diesem Geld selten auskommt, hat er seit nunmehr drei Monaten einen Aushilfsjob in einem Supermarkt angenommen, wo er zweimal die Woche stundenweise Regale einräumt. Für diese Tätigkeit bekommt er 120,00 EUR monatlich.

Von dem ihm zur Verfügung stehenden Geld muss Michel im Wesentlichen seine Kleidung, sein Prepaidhandy sowie seine Freizeitaktivitäten bestreiten. Am Wochenende geht Michel gerne mit seinen Freunden ins Kino, Restaurant, Fußballstadion oder in eine gemütliche Musikkneipe, wobei er an solchen Abenden durchschnittlich 25,00 EUR ausgibt.



In dem nun folgenden Monat steht Michel vor großen Problemen, was seine geplanten Ausgaben anbelangt. Diese sind wieder mal erheblich größer als seine Einnahmen. Hier muss er also noch einige der geplanten Konsumententscheidungen überdenken, will er mit seinem Geld auskommen.

Kompetenzorientierte Arbeitsaufträge:

1. Formulieren Sie das Problem, mit dem sich Michel im nächsten Monat auseinandersetzen muss!
2. Versetzen Sie sich in die Situation von Michel. Erarbeiten Sie selbstständig mögliche Handlungsansätze zum Umgang mit diesem „Knappheitsproblem“!
3. Erläutern Sie den in diesem Zusammenhang wichtigen Ansatz des „Homo oeconomicus“!

2.1 Begriff Güter

Bedürfnisse wollen befriedigt werden. Wer Hunger hat, braucht Nahrung. Wer Durst hat, braucht Getränke. Wer friert, braucht Kleidung. Wer Neues wissen möchte, braucht Informationen (z. B. das Internet). Und wer krank ist, braucht ärztliche Hilfe und Medikamente. Der Gebrauch oder Verbrauch von Gütern und Dienstleistungen erhöht das Wohlbefinden des Menschen. Man sagt, dass die Bedürfnisbefriedigung „Nutzen“ stiftet.



Die Mittel, die dem Menschen **Nutzen stiften**, heißen **Güter**.

2.2 Arten der Güter

(1) Freie Güter und wirtschaftliche Güter

■ Freie Güter

Die freien Güter, d. h. solche, die in **unbeschränktem** Maße zur Verfügung stehen (z. B. Luft, Sonnenstrahlen, Meerwasser), können von jedem Menschen nach Belieben in Anspruch genommen werden. Sie sind **nicht** Gegenstand des Wirtschaftens. Allerdings ist zu bemerken, dass sich die Zahl der freien Güter durch den Raubbau an der Natur (Vernichtung der Tierwelt, Verschmutzung der Binnengewässer, der Meere und der Luft) immer mehr verringert. Die **ehemals freien** Güter werden zu **wirtschaftlichen** Gütern und es gilt, sie mit Verstand (rational) zu verwalten und zu verteilen.

■ Wirtschaftliche Güter

Diese Güter stehen nur beschränkt zur Verfügung, d. h., sie sind **knapp**. Da ihre Gewinnung bzw. Herstellung Kosten verursacht, werden sie gegen Entgelt am Markt angeboten und erzielen einen Preis. Zu den wirtschaftlichen Gütern zählen die **Sachgüter**¹ (z. B. Lebensmittel, Kleidung, Fahrzeug), die **Dienstleistungen**² (z. B. Beratung durch einen Rechtsanwalt, Unterricht, Durchführung eines Dauerauftrags durch die Bank) oder **Rechte**² (z. B. Patente, Lizenzen).

■ Beispiele:

Zwischen den Begriffen **Knappheit** und **Seltenheit** besteht ein Unterschied. Malt der Hobbykünstler Fröhlich z. B. ein Bild, so besteht dieses Bild nur ein Mal auf der Welt. Das Bild ist „selten“. Will indessen kein Mensch dieses Bild

haben, geschweige denn kaufen, ist das Bild nicht knapp. Knappheit liegt nur vor, wenn die Bedürfnisse nach bestimmten Gütern größer sind als die Zahl dieser verfügbaren Güter.

(2) Konsumgüter und Produktionsgüter

Güterarten	Erläuterungen	Beispiele
Konsumgüter	Güter, die der unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung dienen, nennt man Konsumgüter (konsumieren: verzehren). Man spricht deshalb auch von Gegenwartsgütern .	■ Laptop, ■ Smartphone, ■ Motorroller, ■ eine Kiste Mineralwasser.
Produktionsgüter	Güter, die zur Herstellung (Produktion) von Wirtschaftsgütern benötigt werden, heißen Produktionsgüter. Weil die Produktionsgüter letztlich der Erzeugung von Konsumgütern dienen sollen, heißen sie auch Zukunftsgüter .	■ Rohstoffe, ■ Fabrikgebäude, ■ maschinelle Anlagen, ■ Transportanlagen, ■ Werkzeuge.

¹ **Sachgüter** stellen **materielle Güter** dar.

² **Dienstleistungen** und **Rechte** stellen **immaterielle Güter** dar.

(3) Private und öffentliche Güter

Güterarten	Erläuterungen	Beispiele
private Güter	Sie werden von privaten Unternehmen gegen Entgelt am Markt angeboten.	■ Kleidung, ■ Auto, ■ Smartphone.
öffentliche Güter	Sie werden von der öffentlichen Hand (z. B. Bund, Länder, Kommunen) für die Allgemeinheit bereitgestellt und in der Regel vom Staat finanziert .	■ Öffentliche Schulen, ■ innere Sicherheit (Polizei), ■ Klimaschutz.

Da öffentliche Güter **jedem Individuum** in der gleichen Menge zur Verfügung stehen, aber niemand zur Bezahlung eines Beitrages gezwungen werden kann, kommt es nicht selten zu einer **kollektiven Schädigung**, wenn alle Individuen **eigennützig** handeln. Der Grund hierfür ist das sogenannte **Trittbrettfahrer-Problem** (Freerider-Problem).

Beispiele:

Unterstellen wir, dass der Staat einigen hauptberuflichen Fischern ein größeres Gewässer zum Fischfang kostenlos zur Verfügung stellt. Individuell rational handelt der einzelne Fischer, wenn er zur Steigerung seines Einkommens möglichst viele Fische in dem Gewässer fängt. Durch dieses Verhalten kommt es allerdings zu



einer Abnahme des Fischbestandes, sodass die Fischerei in diesem Gewässer eventuell eingestellt werden muss. Jeder Fischer schädigt also durch sein individuell rationales Verhalten

seine Kollegen. Unter dem Aspekt der kollektiven Rationalität wäre also eine andere Handlungsweise wünschenswert.

Weiten wir das Beispiel auf den weltweiten Fischfang aus, so tritt als externer Effekt die Überfischung der Weltmeere auf und damit ein Problem für die Nahrungsmittelversorgung der Weltbevölkerung.

Maßnahmen zur Reduzierung dieses Allmen-problems können sein:

- **Nutzungs- oder Mengenbeschränkungen:** Es wird eine Lizenzgebühr verlangt oder es werden Mengenkontingente festgelegt.
- **Privatisierung:** Verkauf der Gewässer an einen Privatmann, der gegen ein Nutzungs-entgelt den Fischern Fangrechte verkauft.
- **Kooperation der Betroffenen:** Jedem Fischer wird ein bestimmter Seeabschnitt zugeteilt. Weil die Abschnitte unterschiedliche Fischbestände haben, rotieren die jeweiligen Seegebiete zwischen den Betroffenen.

(4) Komplementärgüter und Substitutionsgüter

Wenngleich viele Güter in keinem direkten oder indirekten Verhältnis zueinander stehen (z. B. Taschenlampe und Schere), gibt es dennoch wichtige Beziehungsstrukturen.

So spricht man im Allgemeinen von **Komplementärgütern**, wenn sich die beiden Güter gegenseitig **ergänzen**, die Nutzung des einen Gutes also ohne den Einsatz des anderen Gutes wenig sinnvoll erscheint (z. B. Toner und Kopierer, Auto und Benzin, Tinte und Füllfederhalter).

Sind hingegen beide Güter gegeneinander **austauschbar**, so bezeichnet man sie als **Substitutionsgüter** (z. B. Feuerzeug und Streichhölzer, Laptop und PC, Brille und Kontaktlinsen).

Wie **bedeutsam** derartige Güterbeziehungen im alltäglichen Leben sein können, verdeutlichen nachfolgende Beispiele.

Beispiele:

- Die 17-jährige Tabea möchte sich einen neuen Drucker für ihren PC kaufen. Besonders günstig erscheint ihr ein Angebot eines örtlichen Discounters, der einen Tintenstrahldrucker zum Preis von 39,00 EUR anbietet. Leider vergisst sie, den Händler danach zu fragen, wie viel die Ersatzpatronen für diesen Druckertyp kosten. Bereits nach drei Monaten benötigt Tabea eine neue Patrone. Bei einem Preisvergleich stellt sie fest, dass die für diesen Drucker erforderlichen Patronen fast ebenso viel kosten wie der Drucker selbst.



- Der 16-jährige Oliver telefoniert viel über sein Handy. Wegen der gestiegenen Handytarife versucht Oliver künftig einen Großteil seiner Gespräche über das Festnetz zu erledigen, da das Telefonieren dort günstiger ist.

Kompetenztraining



3. 1. Erläutern Sie, welchem Zweck die Bereitstellung der Güter durch die Volkswirtschaft dient!
2. 2.1 Führen Sie aus, worin sich die freien Güter von den wirtschaftlichen Gütern unterscheiden!
- 2.2 Bilden Sie hierzu jeweils zwei Beispiele!
3. Es ist nicht selten, dass ein Gut einmal ein Produktionsgut, einmal ein Konsumgut ist. Beispiel: Strom im Industriebetrieb – Strom im Haushalt.

Aufgabe:

Geben Sie weitere Beispiele (mindestens vier) an!

4. Ordnen Sie folgende Mittel der Bedürfnisbefriedigung den Sachgütern oder den Dienstleistungen zu:
Nahrungsmittel, Öl, Anlageberatung, Gebäude, Massage, Auto, Maschinen, Leistungen eines Zahnarztes, Kran, Blumenstrauß, Unternehmertätigkeit.
5. Begründen Sie, warum die Luft und das Wasser zunehmend zu wirtschaftlichen Gütern werden!

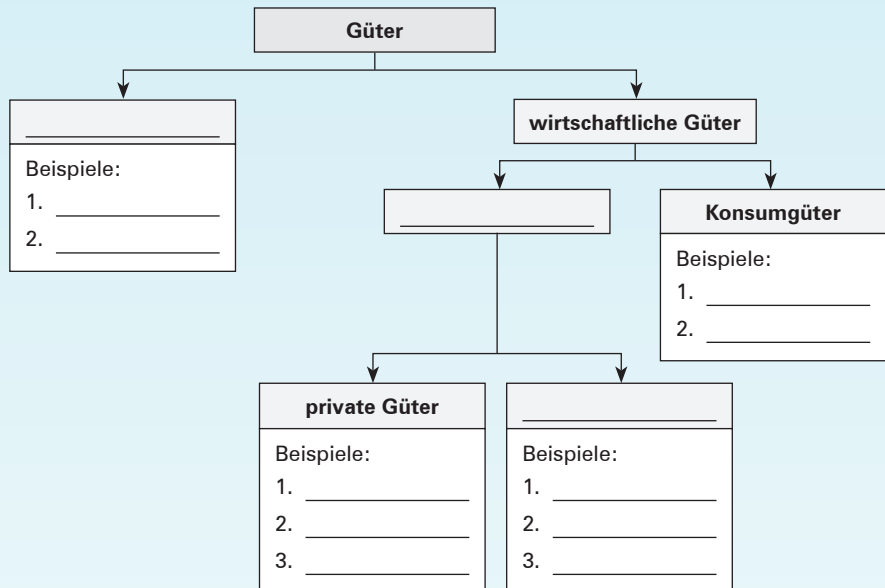
Vorlage



mvurl.de/4e4l

6. Vervollständigen Sie das folgende Schaubild, indem Sie die nachfolgenden Begriffe sachlogisch korrekt in die vorgegebenen Felder einfügen!

- öffentliche Güter
- Schnellstraße
- Blockbandsäge
- Atemluft
- Sonnenlicht
- Krananlage
- Sneakers
- freie Güter
- Rucksack
- Schulbildung
- Produktionsgüter
- staatliche Universität
- Gabelstapler



7. Entscheiden Sie, in welcher Beziehung die jeweiligen Güterpaare zueinander stehen! Tragen Sie eine

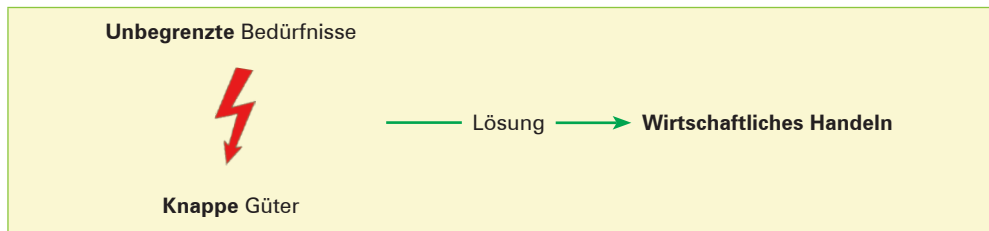
- ① für Komplementärgüter,
- ② für Substitutionsgüter oder eine
- ③ ein, wenn kein Beziehungszusammenhang besteht!

7.1 Pfeffer und Salz	
7.2 Wasser und Gartenschlauch	
7.3 Deckenlampe und LED-Leuchtmittel	
7.4 Zucker und Süßstoff	
7.5 Girokonto und Sparkonto	
7.6 Kreditkarte und Sparkarte	
7.7 Geldausgabeautomat und Debitkarte	

2.3 Konsumenten- und Produzentenentscheidungen

2.3.1 Notwendigkeit des wirtschaftlichen Handelns

Den **unbegrenzten** Bedürfnissen des Menschen (der Unternehmen) stehen nur **begrenzte** Mittel (knappe Güter) gegenüber. Aus der **Knappheit** der Gütervorräte folgt, dass der Mensch (das Unternehmen) bestrebt sein muss, mit den vorhandenen Gütern **vernünftig** (z. B. sparsam) umzugehen, um die **bestmögliche** Bedürfnisbefriedigung zu erzielen. Der Mensch bzw. das Unternehmen ist gezwungen zu **wirtschaften**.



- Unter **Wirtschaften** versteht man ein **planvolles Handeln**, um eine optimale Bedürfnisbefriedigung zu erreichen.
- Sind die Bedürfnisse größer als die Gütermenge, die zu ihrer Befriedigung bereitsteht, liegt **Knappheit** vor.



2.3.2 Ökonomisches Prinzip

Die Wirtschaftswissenschaft unterstellt i. d. R. in ihren Modellen, dass die Wirtschaftssubjekte (z. B. Haushalte, Unternehmen) grundsätzlich nach dem wirtschaftlichen (ökonomischen) Prinzip handeln.

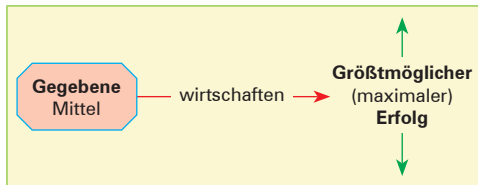
Der Grundsatz, seine Handlungen stets nach Vernunftgesichtspunkten auszurichten, heißt **Rationalprinzip**. Wendet man das Rationalprinzip in der Wirtschaft an, spricht man vom **ökonomischen Prinzip**.



Zur Umsetzung des wirtschaftlichen Handelns sind **zwei** Handlungsmöglichkeiten denkbar: nach dem Maximal- und Minimalprinzip.

(1) Maximalprinzip

Das **Maximalprinzip** besagt: Mit den **gegebenen Mitteln** ist der **größtmögliche (maximale) Erfolg (Nutzen)** anzustreben.

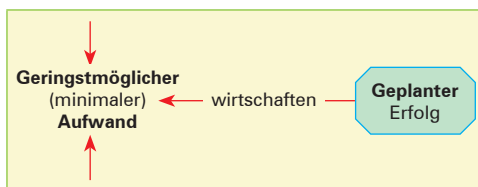


Beispiele:

- Die Schülerin Samira fährt mit 200,00 EUR nach München zum Shoppen. Mit diesem Geld möchte sie möglichst viele modische Kleidungsstücke kaufen.
- Mit einem festgelegten Werbebudget von 2 Mio. EUR möchte die Moselbrauerei AG einen möglichst großen Werbeerfolg erreichen.

(2) Minimalprinzip

Das **Minimalprinzip** besagt: Einen **geplanten Erfolg (Nutzen)** mit dem **geringsten (minimalen) Einsatz an Mitteln** zu erreichen.



Beispiele:

- Der Schüler Nils möchte sich einen ganz bestimmten Laptop kaufen. Hierzu vergleicht er im Internet verschiedene Lieferanten, um so das preisgünstigste Angebot herauszufinden.
- Die Nordseebrauerei AG benötigt vier neue Gabelstapler. Durch Anfragen bei verschiedenen Händlern versucht sie, diese möglichst günstig einzukaufen.

Unsinnig, d. h. logisch nicht umsetzbar, wäre die Formulierung des ökonomischen Prinzips dergestalt, dass mit **geringstmöglichen** Mitteln ein **größtmöglicher** Erfolg angestrebt werden soll. So ist es beispielsweise undenkbar, ohne jeglichen Lernaufwand alle Prüfungsaufgaben richtig zu beantworten.

2.3.3 Nutzentheorie

2.3.3.1 Begriff Nutzen

Der Begriff „Nutzen“ lässt sich auf **zweierlei Art** verwenden. So zieht man den Nutzenbegriff einerseits zur **Erklärung menschlichen Handelns** heran, indem man beispielsweise folgende Aussage trifft: „Das einzelne Wirtschaftssubjekt verhält sich so, dass es seinen **Nutzen** möglichst **maximiert**.“ Die Folge: Unterstellt man zum Beispiel, dass mit zunehmendem Konsum eines Gutes der Nutzen jeder zusätzlichen Einheit abnimmt (Grenznutzen) und sogar negativ werden kann (Sättigungsmenge), dann sollte man mit Blick auf die Nutzenmaximierung spätestens an diesem Punkt den Konsum beenden.

Andererseits kann der Begriff des Nutzens auch bei der **Beurteilung von Alternativen** verwendet werden. Wirtschaftssubjekte treffen beispielsweise Konsumententscheidungen, indem sie verschiedene Konsumalternativen auf der Basis einer **subjektiven Nutzeneinschätzung** sortieren, um dann schließlich ihre Wahl zu treffen.

Beispiel:

Leonie und Michel machen gemeinsam mit ihren Eltern einen Sonntagsausflug mit dem Fahrrad. Bei einer Rast an einem Ausflugslokal dürfen sie sich entweder ein Erfrischungsgetränk oder ein Eis



aussuchen. Beide entscheiden sich jeweils für eine Zitronen-Minze-Limonade, da ihnen das Getränk unter den gegebenen Umständen offensichtlich einen größeren Nutzen stiftet als ein Eis.

In der ökonomischen Theorie versteht man unter dem Nutzen das Maß für die Fähigkeit eines Gutes oder einer Gütergruppe, die Bedürfnisse eines wirtschaftlichen Akteurs (z. B. eines Privathaushalts) zu befriedigen.

Der **Nutzen** ist ein **Maß für die Bedürfnisbefriedigung**, die ein Konsument durch den **Konsum von Gütern** erzielt.



2.3.3.2 Zusammenhang zwischen Grenznutzen und Gesamtnutzen

Die ältere Nutzentheorie unterstellt, dass der durch den Konsum eines Gutes entstehende Nutzen in **reellen** Zahlen messbar ist. Demnach lässt sich die Nutzenstiftung bei steigendem Konsum dieses Gutes wie folgt umschreiben: Mit zunehmendem Konsum eines Gutes pro Zeiteinheit nimmt der Nutzen der zuletzt verbrauchten Einheit (**Grenznutzen**) ab und kann ab einer bestimmten Menge (**Sättigungsmenge**) sogar negativ werden.

Durch den von Konsumeinheit zu Konsumeinheit geringer werdenden Grenznutzen steigt die Gesamtnutzenkurve und nimmt – bedingt durch den ab der Sättigungsmenge negativ werdenden Nutzen – schließlich wieder ab. Vor diesem Hintergrund sollte bei **ökonomisch rationalem** Verhalten die Sättigungsmenge **nicht** überschritten werden.

Mit **zunehmender Bedürfnisbefriedigung** durch ein Gut nimmt der **Grenznutzen** ab.

**Beispiel:**

Angenommen, der volljährige Schüler Cedric möchte am Wochenende mit seinen Freunden nach langer Zeit wieder einmal einen ausgiebigen Clubbesuch absolvieren.

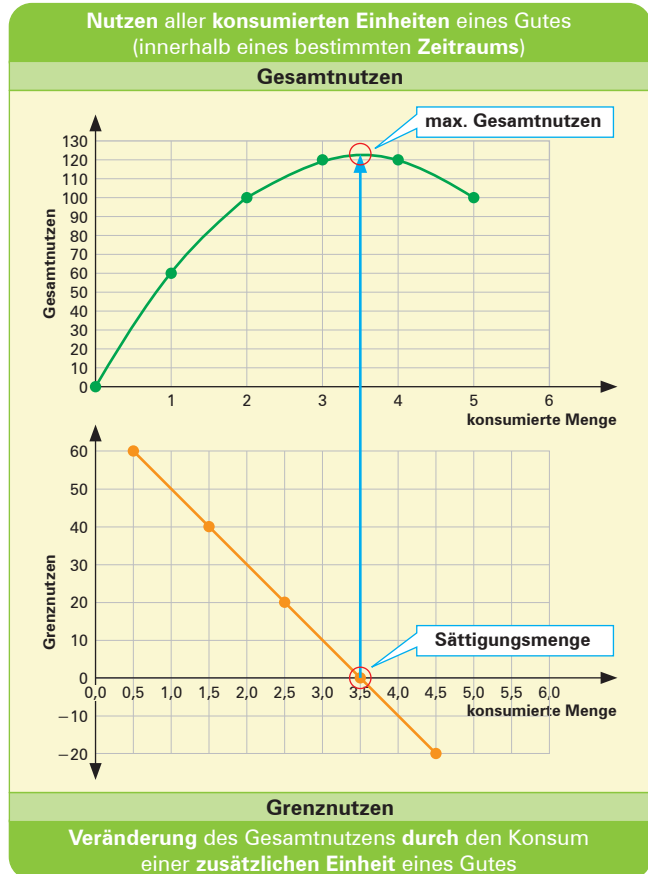
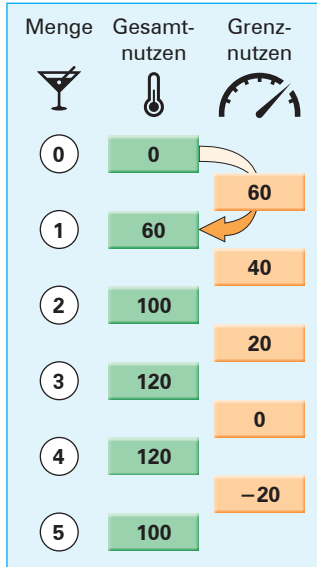
Gleich zu Beginn des Abends bestellt er sich einen leckeren Cocktail. Nach seinem individuellen Nutzenempfinden stiftete dieser ihm 60 Nutzeneinheiten. Im weiteren Verlauf des Abends bzw. der Nacht bestellt er sich weitere Cocktails, deren



Nutzen er wie folgt einstuft: Der zweite Cocktail stiftet ihm noch 40, der dritte nur noch 20 zusätzliche Nutzeneinheiten, der vierte Cocktail bringt ihm gar keinen Nutzenzuwachs mehr.

Nach dem Verzehr des fünften Cocktails hat er das Gefühl, dass es ihm ziemlich schlecht geht. Nach seinem Empfinden hatte dieses Getränk einen Negativnutzen von 20 Nutzeneinheiten.

Es ergibt sich folgender Nutzenverlauf:



2.3.3.3 Präferenzen

- **Präferenzen** bedeuten, dass es **Bevorzugen** (Vorlieben) der Nachfrager gibt.
- Die Bevorzugen können sich auf den **Anbieter/Nachfrager selbst** und/oder deren **Erzeugnisse** beziehen.

In der nachfolgenden Tabelle sind verschiedene Formen von Präferenzen zusammengefasst.

Form der Präferenzen	Erläuterungen	Beispiele
sachliche Präferenz	Die Käufer haben sachliche Präferenzen, wenn die Güte (Qualität) oder äußere Aufmachung (Verpackung) der angebotenen Waren unterschiedlich sind. Vielfach spielt auch die persönliche Meinung der Kunden eine erhebliche Rolle, obwohl die angebotenen Güter objektiv gleichwertig sind.	Eine Gruppe von Bierliebhabern „schwört“ auf das „Gänsebie“, die andere auf das „Felsenbie“. In diesem Fall besitzen die beiden Bierhersteller ein „Meinungsmonopol“, das ihnen gestattet, für ihre Biere unterschiedliche Preise zu verlangen.

Form der Präferenzen	Erläuterungen	Beispiele
persönliche Präferenz	Ein Käufer bevorzugt einen Anbieter, den er privat kennt, oder ein Erzeugnis aus persönlichen Gründen.	Der Anbieter ist dem Kunden persönlich bekannt und besonders sympathisch; die Bedienung ist sehr geschickt; der Service ist einwandfrei.
räumliche Präferenz	Hier ziehen die Käufer den nächstliegenden Anbieter aus Bequemlichkeit, aus Gründen der Zeit- und Transportkostenersparnis oder wegen der Besichtigungsmöglichkeit der Waren vor.	Der „Laden um die Ecke“ ist schneller und bequemer erreichbar als der möglicherweise preisgünstigere Supermarkt am Rand der Stadt.
zeitliche Präferenz	In diesem Fall ist ein Anbieter deshalb für eine Vielzahl von Kunden attraktiv, weil er schneller und/oder pünktlicher als seine Mitbewerber liefern kann.	Im Elektromarkt am Ort kann man den gekauften Laptop gleich mitnehmen, auf den im Internet bestellten Laptop muss man unter Umständen einige Tage warten.

2.3.3.4 Opportunitätskosten¹

Jede **wirtschaftliche Entscheidung** hat mit Blick auf die generelle Knappheit ihren Preis: den **Nutzenentgang** der **zweitbesten Lösung**. Diesen Nutzenentgang bezeichnet man in der Volkswirtschaftslehre auch als **Opportunitätskosten (Alternativkosten²)**. Wie derartige Kosten bei alltäglichen Entscheidungen anfallen, verdeutlicht nachfolgendes Beispiel.

Beispiel:

Die 17-jährige Sophie hat aufgrund verschiedener Ferienjobs insgesamt 1500,00 EUR angespart. Mit diesem Geld könnte nunmehr entweder einer der beiden seit längerer Zeit gehegten Wünsche – eine dreiwöchige Urlaubsreise in die USA anzutreten bzw. einen neuen Laptop und Drucker anzuschaffen – realisiert werden oder das ange-



sparke Kapital für den in naher Zukunft geplanten Kauf eines Autos erhöht werden. Unabhängig davon, für welche Verwendung sich Sophie letztlich auch entscheiden mag, auf die beiden anderen Alternativen müsste sie dann (zunächst einmal) verzichten. Dieser Verzicht beziffert dann die Opportunitätskosten ihrer Entscheidung.

Die **Opportunitätskosten (Alternativkosten)** geben an, auf wie viele Einheiten eines Gutes beim Konsum eines anderen Gutes **verzichtet** werden muss.



Dabei gilt: Mit **zunehmendem Verzicht** eines bestimmten Gutes zugunsten eines anderen Gutes werden die Opportunitätskosten **umso höher**.

¹ **Opportun** (lat.): In der gegenwärtigen Situation von Vorteil. **Opportunität**: Zweckmäßigkeit in der gegenwärtigen Situation.

² **Alternativ** (lat.-fr.): wahlweise, zwischen zwei Möglichkeiten die Wahl lassend.

Beispiel:

Die 16-jährige Theresia isst für ihr Leben gern Schokolade. So hat sie es sich zur Angewohnheit gemacht, täglich mindestens eine halbe Tafel dieser Leckerei zu verspeisen. Da dieser Genuss auf Dauer nicht gesund ist, möchte sie nunmehr den Verzehr von Schokolade stufenweise gegen



den Verzehr von Obst austauschen. Von Woche zu Woche soll jeweils ein weiterer Tag mit Schokoladenverzehr gegen einen mit Obstverzehr ersetzt werden. Der Aus-

tausch von Obst gegen Schokolade an einem von sieben Wochentagen dürfte ihr sicherlich ohne allzu große Mühen gelingen. Mit jeder weiteren Woche jedoch dürfte ihr die Substitution von Schokolade gegen Obst verhältnismäßig immer schwerer fallen. Die Opportunitätskosten steigen also mit fortwährendem Austauschprozess.



2.3.4 Nutzenmaximierung bei Haushalten und Kosten-Nutzen-Analyse bei Unternehmen und Staat

(1) Private Haushalte

Ein **privater Haushalt** (z.B. ein einzelner Verbraucher oder eine Familie) handelt dann nach dem ökonomischen Prinzip, wenn er sein Nettoeinkommen (gegebene Mittel) so verwendet, dass er einen höchstmöglichen Nutzen erzielt (**Nutzenmaximierung**) oder ein geplantes Einkommen mit dem geringstmöglichen Arbeitsaufwand erreichen möchte (**Aufwandsminimierung**).

Beispiel:

Kauft eine Person für ihren Haushalt „blindlings“ ein, ohne auf Preise und Qualitäten zu achten, verschwendet sie ihr Haushaltsgeld. Auf diese Weise wird sie für sich und ihre Familie nicht den höchstmöglichen Nutzen erzielen, der mit dem gegebenen Budget (geplante Ausgabensumme) erreichbar wäre. Nach dem ökonomischen Prinzip, und zwar nach

dem Maximalprinzip, handelt die Person dann, wenn sie die Preise vergleicht und die jeweils günstigsten Kaufmöglichkeiten wahrnimmt, um so mit dem vorhandenen Budget möglichst viele Güter einkaufen zu können.



(2) Unternehmen

Unternehmen, die nach dem **ökonomischen Prinzip** handeln, streben **Maximierung des Gewinns** an. Alle geschäftlichen Maßnahmen werden deshalb so getroffen, dass das **investierte Kapital** einen möglichst hohen Gewinn erbringt.

Anders formuliert: Jede **neue Investition** wird seitens des Unternehmens nur dann durchgeführt, wenn diese voraussichtlich Gewinn abwirft. Für die Investitionsentscheidung wird deshalb eine **Kosten-Nutzen-Analyse** durchgeführt. Dabei werden den **Kosten** der Investition der **voraussichtliche Nutzen** (z.B. erwartete Umsatzerlöse) **gegenübergestellt**.

Ergibt sich dabei mit hoher Wahrscheinlichkeit ein positives Ergebnis, wird die Investition realisiert.

Beispiel:



Eine Spedition hat seit längerer Zeit mehr Auftragsanfragen, als sie mit den aktuell vorhandenen Fahrzeugen bewältigen kann. Die Anschaffung eines neuen Fahrzeuges würde jährliche Kosten in Höhe von 125 000,00 EUR verursachen. Nach vorsichtigen Schätzungen könnten durch diese Investition pro Jahr mindestens zusätzliche Transportaufträge im Wert von 150 000,00 EUR abgewickelt werden. Vor dem Hintergrund dieser Daten auf der Basis einer Kosten-Nutzen-Analyse könnte der Gesamtgewinn der Spedition gesteigert werden, so dass die Investition durchgeführt werden sollte.

Ein Unternehmen handelt auch dann nach dem ökonomischen Prinzip, wenn es einen geplanten Gewinn mit dem geringstmöglichen Mitteleinsatz erreichen möchte (**Kostenminimierung**).

Beispiel:

Ein Handwerksmeister, der nicht darauf achtet, dass sparsam mit Material und sorgfältig mit Maschinen und Werkzeug umgegangen wird, verstößt gegen das ökonomische Prinzip, in diesem Fall gegen das Sparprinzip (Minimalprinzip).



(3) Staat

Eine besondere Bedeutung spielt die Kosten-Nutzen-Analyse bei **staatlichen Investitionen**. Im Mittelpunkt der Betrachtung steht dabei der **Grundsatz der Wirtschaftlichkeit**. Diesem Grundsatz folgend, sollten die **öffentlichen Mittel** seitens der Entscheidungsträger so eingesetzt werden, dass das mit der Investition angestrebte Ziel möglichst optimal erreicht wird.

Das Problem bei öffentlichen Investitionsentscheidungen ist, dass – im Gegensatz zu privatwirtschaftlichen Investitionen – die wirtschaftlichen Ergebnisse der geplanten Investition sich nicht immer **quantitativ** über **Erfolgskennziffern** wie Rentabilität oder Produktivität abbilden lassen. Vielmehr spielen bei diesen Entscheidungen auch **qualitative** Faktoren eine Rolle.

Beispiele:

Für den geplanten Bau einer neuen Autobahn durch den Staat lassen sich die Kosten für den Bau sowie die voraussichtlichen Einnahmen durch die Maut als quantitative Größen relativ einfach ermitteln. Allerdings gibt es eine Vielzahl qualitativer Faktoren, die im Rahmen der Kosten-Nutzen-Analyse zu berücksichtigen sind.

So dürften als positive Effekte ganz sicher geringere Stauzeiten auf den Nebenstrecken, eine bessere Verkehrsanbindung der betroffenen Region und damit einhergehend ein wirtschaftlicher Aufschwung dieser Region sowie eine Zeitersparnis für die Nutzer der Autobahn anzuführen sein.

Demgegenüber stehen jedoch auch negative Effekte, wie etwa die Lärmbelästigung der Anwohner, die „Zerschneidung“ einer gewachsenen Kulturlandschaft oder die zunehmende Verunreinigung der Atemluft.



2.4 Homo oeconomicus und menschliches Verhalten in der Realität

(1) Begriff Homo oeconomicus



Wirtschaftssubjekte, die ihr **gesamtes** Handeln ausschließlich an dem **ökonomischen Prinzip** ausrichten, bezeichnet man als „**Homo oeconomicus**“.

Wirtschaftssubjekte sind die wirtschaftlich handelnden Einzelpersonen, Gruppen und Organisationen (z.B. Betriebe, staatliche Stellen, Gewerkschaften, Unternehmensverbände).

Handlungsbestimmend für den Homo oeconomicus ist das Streben nach **Nutzenmaximierung (Konsumenten)** bzw. nach **Gewinnmaximierung (Produzenten)**. Viele Modelle der Volkswirtschaftslehre basieren auf dieser Fiktion¹ des Homo oeconomicus.

In der Wirklichkeit sind die wirtschaftlichen Handlungen der Menschen **keineswegs immer rational** (vernunftgesteuert) bestimmt. Eine große Rolle im Wirtschaftsleben spielen u.a. **Machtstreben, Prestigedenken**² oder auch **Neidgefühle**.

Beispiele:

- Vorführungen im Kino werden am Wochenende besser besucht als Vorführungen unter der Woche, und das, obwohl diese mitunter wesentlich preiswerter angeboten werden.
- Bei einem „Spontankauf“ entscheidet man sich aus einer Laune heraus für den Kauf eines Produkts, dessen Nutzen man schon kurze Zeit später infrage stellt.
- Ein Landwirt arbeitet weiterhin in seinem Betrieb, obwohl er bei gleicher Anzahl von Arbeitsstunden in einem Unternehmen ein wesentlich höheres Einkommen erzielen könnte.

1 **Fiktion:** Vorstellung, Vermutung.

2 **Prestige:** positives Ansehen, Geltung.

(2) Spieltheorie

Mit der wissenschaftlichen Untersuchung rationalen Verhaltens beschäftigt sich unter anderem die Spieltheorie. Die spieltheoretische Modellbildung geht von einem allgemeinen Entscheidungsproblem für mehrere Individuen aus und betont die Aspekte von Konflikt und Kooperation, die sich aus der konkurrierenden Zielsetzung der einzelnen Individuen ergeben. Wie derartige Untersuchungen den „Homo oeconomicus“ widerlegen, soll am Beispiel des „**Ultimatum-Spiels**“ verdeutlicht werden.

Beispiel: Ultimatum-Spiel

Bei diesem Spiel handelt es sich um die Simulation einer ökonomischen Entscheidung. Die Grundidee des Spiels besteht darin, dass ein feststehender Betrag (z. B. 1000,00 EUR) unter zwei Personen (A und B) aufgeteilt werden soll. Dabei muss Spieler A dem Spieler B unter Angabe eines Ultimatums ein Angebot unterbreiten, wie viel Letzterer erhalten soll. Die strengen Spielregeln sehen vor, dass beide Personen nicht miteinander kommunizieren dürfen, sodass keine Verhandlungen im eigentlichen Sinne stattfinden. Des Weiteren gilt, dass das Spiel nicht wiederholbar ist. Spieler B hat nach Unterbreitung des Angebots nunmehr zwei Optionen (Möglichkeiten):

- Er nimmt dieses Angebot an mit der Konsequenz, dass der Betrag dann entsprechend dem Vorschlag des Spielers A zwischen beiden Personen aufgeteilt wird.
- Lehnt B das Angebot ab, so gehen beide Parteien leer aus; der Geldbetrag ist unwiderruflich verloren.



Der Wirtschaftstheorie folgend müsste eigentlich gelten, dass Spieler A im Sinne der Nutzenmaximierung dem Spieler B einen möglichst geringen Betrag anbietet, um sein Einkommen zu maximieren. Spieler B hingegen müsste dem ökonomischen Prinzip folgend jeden Betragsvorschlag akzeptieren. So bedeutet beispielsweise ein Angebot von 1,00 EUR, dass Spieler B bei Annahme des Angebots diesen Euro erhält, wohingegen er im Falle einer Ablehnung nichts erhalten würde.

Tatsächlich aber zeigen die Ergebnisse dieses spieltheoretischen Versuchs, dass im Gegensatz zur bloßen Maximierung des Nutzens (hier Einkommens) die meisten Menschen hohen Wert auf Fairness legen. So haben nur wenige Spieler in der Rolle der Person A eine stark „ungleiche“ Verteilung vorgeschlagen. Gleichzeitig war zu beobachten, dass die Bereitschaft der Spieler B, einen Verteilungsvorschlag zu akzeptieren, abnahm, je schlechter der Verteilungsschlüssel für ihn ausfiel.

Wie die **Spieltheorie** belegt, richten Menschen ihr gesamtes Handeln nicht ausschließlich an dem ökonomischen Prinzip aus, vielmehr scheinen andere Werte – wie beispielsweise **Solidarität**, **Fairness** und **Gerechtigkeit** – ihnen gleichfalls von Bedeutung zu sein.





Kompetenztraining

- 4
1. Nennen Sie zwei eigene Beispiele für das Handeln nach dem ökonomischen Prinzip
 - 1.1 im privaten Haushalt und
 - 1.2 im wirtschaftlichen Betrieb!
 2. Begründen Sie, warum Minimalprinzip und Maximalprinzip zwei Ausprägungen des wirtschaftlichen Prinzips darstellen!
 3. Beurteilen Sie diese Formulierung des ökonomischen Prinzips:
„Mit möglichst geringem Aufwand an Mitteln soll der größtmögliche Erfolg erzielt werden.“
 4. Als eine Bedingung für „vollständige Konkurrenz“ nennt Walter Eucken, dass die Marktteilnehmer keine sachlichen, zeitlichen, räumlichen oder persönlichen Vorzüge (Präferenzen) haben.

Kennzeichnen Sie die nachfolgenden Fälle mit einer

- ①, wenn sachliche Präferenzen vorliegen,
- ②, wenn zeitliche Präferenzen vorliegen,
- ③, wenn räumliche Präferenzen vorliegen,
- ④, wenn persönliche Präferenzen vorliegen,
- ⑨, wenn keine Präferenzen vorliegen.

(Falls Ihnen das Buch nur leihweise überlassen wurde, schreiben Sie die Lösungsnummer bitte in Ihre Unterlagen!)

4.1 Lukas Müller möchte 100 000,00 EUR auf einem Sparkonto anlegen. Aus mehreren Angeboten entscheidet er sich für das Institut, das ihm die beste Verzinsung garantiert.	
4.2 Die Schülerin Mara Bari möchte sich einen neuen Pkw kaufen. Dabei entscheidet sie sich wegen der längeren Lieferzeit nicht für das günstigste Angebot.	
4.3 Die Autoversicherung für ihr neues Fahrzeug schließt Frau Bari – ohne weitere Informationen einzuholen – bei ihrem Bekannten ab.	
4.4 Ben Zacharias beauftragt eine Maklerin damit, eine preisgünstige Eigentumswohnung in Leipzig für ihn zu suchen.	
4.5 Aufgrund seiner Bewerbungen für eine Ausbildung zum Bankkaufmann erhält Carsten Clever mehrere Zusagen. Um Fahrtkosten zu sparen, entscheidet er sich für den Ausbildungsbetrieb in seinem Wohnort.	
4.6 Der Informatiker Bernd Bits möchte seine Bankgeschäfte von zu Hause aus erledigen. Aus mehreren Angeboten, die alle den gleichen Service bieten, wählt er das kostengünstigste aus.	
4.7 Nachdem Hamid seine Ausbildungsstelle bei der Volksbank Rheinland e.G. angetreten hat, eröffnen seine Eltern dort ein Girokonto.	

5. Prüfen Sie, in welcher der folgenden Situationen das Maximalprinzip zur Anwendung kommt. Falls in keiner Situation das Maximalprinzip zur Anwendung kommt, tragen Sie eine ⑨ ein! ☐
- ① Ein Unternehmen möchte für die Mitarbeiter insgesamt 50 neue Laptops mit einer bestimmten Ausstattung erwerben. Es werden Angebote eingeholt, um bei dem preisgünstigsten Anbieter zu kaufen.
 - ② Ein Produktionsbetrieb bemüht sich, seine Produktionsanlagen so zu betreiben, dass Wasser und Luft nicht verunreinigt werden.
 - ③ Ein Kurierdienst plant, mit dem Einsatz möglichst weniger Auslieferungsfahrzeuge seine Marktposition auszubauen und Marktführer zu werden.
 - ④ Ein Busunternehmen weist seine Fahrer an, durch Beachtung der günstigsten Drehzahlbereiche mehr Kilometerleistung bei gegebenem Dieseltreibstoffeinsatz zu erzielen.
 - ⑤ Ein Unternehmen möchte seine gesamte Produktion in den nächsten Jahren auf das Prinzip der Nachhaltigkeit umstellen.
6. Entscheiden Sie, in welcher der folgenden Situationen das Minimalprinzip zur Anwendung kommt. Falls in keiner Situation das Minimalprinzip zur Anwendung kommt, tragen Sie eine ⑨ ein! ☐
- ① Ein Unternehmen möchte für die Mitarbeiter insgesamt 50 neue Laptops mit einer bestimmten Ausstattung erwerben. Es werden Angebote eingeholt, um bei dem preisgünstigsten Anbieter zu kaufen.
 - ② Ein Produktionsbetrieb bemüht sich, seine Produktionsanlagen so zu betreiben, dass Wasser und Luft nicht verunreinigt werden.
 - ③ Ein Kurierdienst plant, mit dem Einsatz möglichst weniger Auslieferungsfahrzeuge seine Marktposition auszubauen und Marktführer zu werden.
 - ④ Ein Busunternehmen weist seine Fahrer an, durch Beachtung der günstigsten Drehzahlbereiche mehr Kilometerleistung bei gegebenem Dieseltreibstoffeinsatz zu erzielen.
 - ⑤ Ein Unternehmen möchte seine gesamte Produktion in den nächsten Jahren auf das Prinzip der Nachhaltigkeit umstellen.

- 5 Der Schüler Paul Küngelmann aus Rosenheim isst für sein Leben gern Bratwurst. Angenommen, der Konsum der ersten Bratwurst stiftet ihm einen Nutzen von 100 Nutzeinheiten. Mit dem Konsum der zweiten Bratwurst nimmt der Nutzen im Vergleich zur ersten Bratwurst um 10 Nutzeinheiten ab. Mit jeder weiteren Bratwurst erhöht sich der Nutzenrückgang um weitere 10 Nutzeinheiten.



1. Bei dem Konsum welcher Bratwurst beträgt der Nutzenzuwachs null Nutzeinheiten? Fertigen Sie zur Lösung der Aufgabe eine Skizze mit der Entwicklung des Nutzens pro Bratwurst (Grenznutzen) an!
Tragen Sie auf der y-Achse den Grenznutzen ($1 \text{ cm} \triangleq 10 \text{ Nutzeinheiten}$) und auf der x-Achse die konsumierten Bratwürste ($1 \text{ cm} \triangleq 1 \text{ Bratwurst}$) ein!
2. Berechnen Sie den maximalen Gesamtnutzen, den Paul beim Konsum von Bratwürsten erreichen kann!

Vorlage



mvurl.de/bx61