

Marktversagen

Kurseinheit 1: Monopolmärkte

Kurseinheit 2: Externe Effekte

Kurseinheit 3: Öffentliche Güter

Kurseinheit 4: Asymmetrische Information

Autoren:

Universitätsprofessor Dr. Alfred Endres

Akademischer Oberrat Dr. Jörn Martiensen

Inhaltsübersicht

Abbildungsverzeichnis	III
1.1 Einführung	1
1.2 Absatzpolitische Instrumente	5
1.2.1 Preisdifferenzierung	5
1.2.1.1 Preisdifferenzierung ersten Grades.....	8
1.2.1.2 Preisdifferenzierung zweiten Grades.....	11
1.2.1.3 Preisdifferenzierung dritten Grades.....	14
1.2.1.4 Zweistufiger Tarif.....	17
1.2.1.5 Bündelung	20
1.2.1.6 Intertemporale Preisdifferenzierung	24
1.2.2 Produktwahl	24
1.2.3 Qualitätswahl	24
1.2.4 Werbung.....	24
1.3 Monopol auf Faktormärkten	24
1.3.1 Vollständige Konkurrenz auf dem Arbeitsmarkt und unvollständige Konkurrenz auf dem Gütermarkt	24
1.3.2 Monopol auf Seiten der Arbeitsnachfrage (monopsonistische Nachfrage) und vollständige Konkurrenz auf dem Gütermarkt.....	24
1.3.3 Monopol auf Seiten der Arbeitsnachfrage (monopsonistische Nachfrage) und unvollständige Konkurrenz auf dem Gütermarkt.....	24
1.3.4 Monopol auf Seiten des Arbeitsangebots (Gewerkschaften) und vollständige Konkurrenz auf dem Gütermarkt	24
1.3.5 Bilaterales Monopol auf dem Faktormarkt	24
1.3.6 Diskriminierung auf dem Faktormarkt.....	24
1.4 Regulierung von Monopolen.....	24
1.4.1 Die kostenorientierte Preisregulierung	24
1.4.2 Die Profitratenregulierung	24
1.4.3 Die Preisobergrenzen-Regulierung	24
1.4.4 Regulierung durch Preisdifferenzierung	24
1.4.5 Die Versteigerung von Konzessionen	24

1.5	Zusammenfassung.....	24
	Lösungen zu den Übungsaufgaben.....	24
	Index.....	24
	Autorenverzeichnis.....	24
	Literatur zu Kurseinheit 1.....	24

1.1 Einführung

Der Kurs „Marktversagen“ baut auf dem Kurs „Theorie der Marktwirtschaft“ auf. Dort war gezeigt worden, durch welche ökonomischen Größen die Entscheidungen der Haushalte und der Firmen determiniert sind und wie diese unabhängig voneinander getroffenen Entscheidungen mit Hilfe des Marktmechanismus koordiniert werden. Unter der Annahme der vollständigen Konkurrenz ist die dabei entstehende Allokation Pareto-optimal. Allerdings hatten wir auch gesehen, dass die Eigenschaft der Pareto-Optimalität verloren gehen kann, wenn die Bedingungen der vollständigen Konkurrenz nicht erfüllt sind. Dazu hatten wir einen Markt betrachtet, auf welchem auf der Angebotsseite lediglich ein einziger Anbieter auftritt, der Monopolist. Es zeigte sich, dass unter diesen Umständen die Gleichgewichtsmenge kleiner ist als unter vollständiger Konkurrenz, so dass die Summe aus Konsumenten- und Produzentenrente nicht maximal ist. Der Markt „versagt“ bei der Aufgabe, eine Pareto-optimale Allokation herbeizuführen. Wir hatten uns weiter mit der Frage beschäftigt, unter welchen Bedingungen es zur Monopolstellung eines Anbieters kommt und welche Marktkräfte die Macht eines Monopolisten begrenzen. Dabei hatten wir noch zwei weitere Marktformen kennen gelernt, welche einerseits mit dem Monopol verwandt sind, andererseits aber eine größere Zahl von Anbietern umfassen können, nämlich das Kartell und die monopolistische Konkurrenz. Da auf all diesen Märkten im allgemeinen das Ziel der Pareto-Optimalität verfehlt wird und weil der bzw. die Anbieter sich einen größeren Teil der gesamten Rente (d.h. der Summe aus Produzenten- und Konsumentenrente) aneignen können als unter den Bedingungen der vollkommenen Konkurrenz, werden Monopole in der wirtschaftspolitischen Diskussion mit Argwohn betrachtet. Wir hatten die wichtigsten Argumente gegen das Monopol diskutiert. Jetzt wollen wir die Analyse des Gleichgewichts auf Monopolmärkten weiter vertiefen. Im Kurs „Theorie der Marktwirtschaft“ haben wir lediglich zwei Entscheidungsgrößen des Monopolisten betrachtet, von denen er aber nur eine frei wählen kann, nämlich die Angebotsmenge und den Produktpreis. Wählt er die Angebotsmenge (*Mengenstrategie*), so wird der Preis durch den Marktmechanismus bestimmt; wählt er den Preis (*Preisstrategie*), so überlässt er es den

Nachfragern, welche Menge sie zu diesem Preis abnehmen. In dieser Kurseinheit werden wir die Preispolitik differenzierter betrachten. Wir werden dabei sehen, welche Möglichkeiten der *Preisdifferenzierung* und der sonstigen Preisgestaltung ein Monopolist besitzt und welche allokativen und distributiven Folgen sich hieraus ergeben. Außerdem werden wir drei weitere absatzpolitische Instrumente analysieren, nämlich die *Produktwahl*, die *Qualitätswahl* und die *Werbung*.

Inhaltsübersicht

Abbildungsverzeichnis	II
2.1. Marktversagen bei externen Effekten	3
2.2. Internalisierung externer Effekte	13
2.2.1. Pigou-Steuer.....	13
2.2.2. Coase'sche Verhandlungen.....	18
2.2.3. Haftungsrecht.....	31
2.3. Eine formalere Darstellung externer Effekte und ihrer Internalisierung	38
2.3.1. Pareto-Optimum.....	39
2.3.2. Unkorrigiertes Gleichgewicht	40
2.3.3. Pigou-Steuer.....	41
2.3.4. Coase-Theorem	41
2.3.4.1 Laissez-faire-Regel	41
2.3.4.2 Verursacherregel	43
2.3.5. Haftungsrecht.....	45
2.4. Zusammenfassung	47
Lösungen zu den Übungsaufgaben.....	49
Index.....	58
Autorenverzeichnis.....	59
Literatur zu Kurseinheit 2.....	60

2.1. Marktversagen bei externen Effekten

Die Realisierung einer Handlungsmöglichkeit bedeutet in einer Welt der Knappheit stets, dass andere Handlungsmöglichkeiten nicht realisiert werden können. In dem Verzicht auf die Realisierung anderer Möglichkeiten bestehen die Kosten (*Opportunitätskosten*) der gewählten Alternative. Wenn ich ein Brötchen esse, kann mein Koautor es nicht mehr essen (auch: umgekehrt). Die Arbeits- und Sachleistungen, die der Bäcker in dieses Brötchen gesteckt hat, stehen zur Produktion anderen Backwerks nicht mehr zur Verfügung. Das (für Nichtökonomien, aber auch für viele Ökonomen schwer verständliche) Geheimnis der Pareto-

Optimalität von Marktgleichgewichten besteht nun darin, dass in einem idealen Markt jedem Verursacher von Opportunitätskosten diese über den Marktpreis angelastet werden. Da der Marktpreis für ein bestimmtes Gut im Idealfall sowohl den marginalen Zahlungsbereitschaften der Konsumenten für dieses Gut als auch den Produktionsgrenzkosten entspricht, werden jedem Entscheidungsträger die Knappheitsfolgen seiner Entscheidung unmittelbar angelastet. Dem Brötchenkonsumenten wird über den Marktpreis unmittelbar spürbar, dass er mit seinem

Konsum knappe Produktionsfaktoren verbraucht und andere Konsumenten vom Konsum ausschließt. Er ist damit gezwungen, die Intensität seines Bedarfes mit der Höhe der Verzichte zu vergleichen, die er anderweitig verursacht.

Übungsaufgabe 1

Sind Marktgleichgewichte stets Pareto-optimal?

Eine Voraussetzung der Optimalität des Marktsystems besteht darin, dass das System der Anlastung von Opportunitätskosten bei ihren Verursachern flächendeckend für alle knappen Ressourcen gilt. Es ist von vornherein intuitiv einleuchtend, dass eine knappe Ressource nicht im oben erklärten Sinne optimal bewirtschaftet würde, wenn es dem Nutzer gelänge, sie sich unter Umgehung des Preissystems anzueignen. Wir haben allen Grund zu vermuten, dass eine knappe Ressource, die sozusagen durch eine Lücke im Preissystem zu ihrem Verbraucher schlüpft, damit nicht ihrer besten Verwendung zugeführt würde. Derjenige, der die Ressource kostenlos nutzt, obwohl sie knapp ist, würde ja nicht gezwungen, die Dringlichkeit seiner Verwendung mit den alternativen Verwendungen zu vergleichen.

Inhaltsübersicht

Abbildungsverzeichnis	II
3.1. Private und öffentliche Güter – Terminologisches und Allokatives	3
3.2. Optimalität und Marktgleichgewicht bei rein öffentlichen Gütern	14
3.2.1. Pareto-Optimalität – Die partialanalytische Sicht	14
3.2.2. Pareto-Optimalität – Die totalanalytische Sicht	18
3.2.3. Privatwirtschaftliches Angebot rein öffentlicher Güter: Mission Impossible?	24
3.3. Das Trittbrettfahrerproblem und der Staat	34
3.3.1. Umfragen	34
3.3.2. Präferenzenthüllungsmechanismen	34
3.3.3. Referenda (Volksabstimmungen).....	34
3.4. Abgrenzbare öffentliche Güter.....	34
Lösungen zu den Übungsaufgaben.....	34
Index	34
Autorenverzeichnis.....	34
Literatur zu Kurseinheit 3.....	34

3.1. Private und öffentliche Güter – Terminologisches und Allokatives

Grundlage aller unserer bisher angestellten Überlegungen zur Allokation knapper Güter war ein dichotomes Verständnis der Natur des Knappheitsproblems:

- Erstens werden zur Produktion eines Gutes Produktionsfaktoren benötigt. Diese stehen, nachdem sie in die betrachtete Produktion eingegangen sind, nicht mehr zur Produktion anderer Güter zur Verfügung. Diese „produktionsseitige Knappheit“ besteht bei allen Gütern, die vom Menschen hergestellt (oder zumindest umgeformt) werden müssen, ehe sie konsumiert werden können. Wenn wir von „Manna vom Himmel“ einmal absehen, ist sie allgegenwärtig. Sie ist daher auch nicht zur Unterscheidung zwischen privaten und öffentlichen Gütern geeignet.
- Zweitens besteht jedoch bei den bisher betrachteten Gütern folgende Art der „konsumseitigen Knappheit“: Wird das betrachtete Gut über den Markt oder einen anderen Allokationsmechanismus einem bestimmten Konsumenten zugeteilt, so ist es damit der Nutzung allen anderen Konsumenten entzogen. Für die Güter des hier betrachteten Typs ist also das in der Einführung zitierte Motto „Ein Brötchen, das ich esse, kann mein Koautor nicht mehr essen“ paradigmatisch. Wir bezeichnen derartige

Güter als *private Güter*. Genauer sind sie durch zwei Eigenschaften charakterisiert, *Rivalität* und *Ausschluss*. Da es in der Realität vielfältige Mischformen von Gütern gibt, bezeichnen wir den theoretischen Extremfall, in dem beide Kriterien vollständig erfüllt sind, als „rein private Güter“. Die in dieser Kurseinheit behandelten öffentlichen Güter sind dadurch *definiert*, dass sie hinsichtlich der beiden Kriterien den Gegenpol zu den rein privaten Gütern bilden. Für sie gilt weder das Rivalitäts- noch das Ausschlussprinzip. Betrachten wir die beiden für die Abgrenzung zwischen privaten und öffentlichen Gütern fundamentalen Prinzipien näher.

Das *Rivalitätskriterium* ist durch das obige „Brötchenbeispiel“ wohl schon recht anschaulich beschrieben: Jede Einheit eines privaten Gutes wird von seinem Konsumenten vollständig „exklusiv“ konsumiert. Bei einem gegebenen Bestand dieses Gutes kann eine Versorgung eines Konsumenten mit einer zusätzlichen Einheit nur auf Kosten einer spiegelbildlichen Einbuße eines anderen Konsumenten erfolgen. Anders ausgedrückt entspricht die aggregiert konsumierte Menge dieses Gutes der Summe der von den einzelnen Konsumenten verbrauchten Mengen. Es gilt also

$$(3.1-1) \quad X = \sum_{i=1}^n X_i.$$

In diesem Ausdruck bezeichnet n die Anzahl der Konsumenten. Oben hatten wir die Bedingung für das Pareto-optimale Angebot eines rein privaten Gutes geschrieben als

$$(3.1-2) \quad GK = MZB_1 = \dots = MZB_n.$$

bei vollständiger Konkurrenz den Marktpreis des von ihr angebotenen Produkts sowie ihre Kostenfunktion. Der nachfragende Haushalt kennt seine Präferenzen (und sein Einkommen) sowie die Qualitätseigenschaften und Preise der Konsumgüter. Natürlich ist in der Realität die Unsicherheit der alltägliche Begleiter jedes Entscheidungsträgers und die ökonomische Theorie hat schon vor langer Zeit Modelle des Verhaltens bei Unsicherheit vorgestellt. Dabei bezeichnet der Term des *Risikos* eine Konstellation der Unsicherheit, bei der dem einzelnen Entscheidungsträger zwar nicht der Eintritt jedes einzelnen Ereignisses bekannt ist, aber doch immerhin die betreffende (objektive oder subjektive) Wahrscheinlichkeitsverteilung. Der Term der *Ungewissheit* bezeichnet dagegen Entscheidungssituationen, in denen der Akteur auch ohne diese Information auskommen muss. Wir finden in der Literatur eine Fülle von Ausführungen über das rationale Verhalten bei Unsicherheit und insbesondere über die allokativen Konsequenzen unterschiedlicher Risikopräferenzen, d.h. von Risikoscheu, -freude und -neutralität.⁴

In den letzten Jahren hat sich der Zweig der *Informationsökonomik* im Bereich der mikroökonomischen Theorie besonders stark weiterentwickelt und schließlich auch die verdiente allgemeine Aufmerksamkeit und Anerkennung gefunden.⁵ Hier steht die Analyse eines bestimmten Teilbereichs der Unsicherheit im Vordergrund, die *asymmetrische Information*. Darunter versteht man eine Konstellation, bei der zwei (mehrere) Parteien miteinander in eine ökonomische Beziehung (insbesondere: Vertragsbeziehung) eintreten und dabei über die für diese Beziehung relevante(n) Information(en) in unterschiedlichem Maße verfügen. Das Interesse der Informationsökonomik gilt dabei der zweifellos interessanten und relevanten Frage, inwieweit für die besser informierte Partei Möglichkeiten und Anreize bestehen, ihren Informationsvorsprung bei der Interaktion mit der schlechter informierten Partei für sich auszunutzen. Als noch reizvoller wird in der Literatur häufig die Frage angesehen, inwieweit es der schlechter informierten Partei gelingen kann, sich durch geschickte Gegenstrategien vor einer „Ausbeutung“ durch die besser informierte Partei zu schützen.⁶

⁴ Vgl. die Ausführungen zur Modellierung autonomer Entscheidung bei Unsicherheit im Kurs „Theorie der Marktwirtschaft“.

⁵ So gewannen die beiden Informationsökonomien J.A. Mirrlees und W. Vickrey den Ökonomie- Nobelpreis 1996. (Vgl. die Würdigung bei SANDMO (1999).) Im Jahre 2001 wurden G. Akerlof, M. Spence und J. Stiglitz für ihre Leistungen auf diesem Gebiet mit dem Nobelpreis ausgezeichnet.

⁶ Asymmetrische Information wird in modernen, an fortgeschrittene Studenten adressierten Lehrbüchern zur Mikroökonomik und Institutionenökonomik ausführlich behandelt, z.B. bei FEESS (2000), RICHTER/FURUBOTN (2003), MARTIENSEN (2000), SCHWEIZER (1999), WOLFSTETTER (1999). Wir versuchen im Folgenden die wesentlichen Elemente der Theorie mit geringeren technischen Mitteln darzustellen als dies in den genannten Texten geschieht. (Forts. nächste Seite)