WIRTSCHAFT & MARKT

EINFÜHRUNG IN DIE MIKROÖKONOMIE

Olaf W. Dinkela

WIRTSCHAFT & MARKT

GRUNDLAGEN | BEDÜRFNISSE

- Klassifikation von Bedürfnissen
- Bedürfnisse - Die Maslow-Pyramide
- Bedürfnisse können sich ändern

WARUM UND WAS WIRTSCHAFTEN WIR?

- Wirtschaften - Das Konzept der Knappheit
- Von den Bedürfnissen zum Bedarf
- Vom Bedarf zur Nachfrage
- Was fragen wir denn nach? Freie und wirtschaftliche Güter
- Wirtschaftsgüter kann man noch weiter unterteilen
- TRAININGSSEITE

MIKROÖKONOMIE - WIRTSCHAFTLICHE ENTSCHEIDUNGEN - HAUSHALTSENTSCHEIDUNGEN

- Das Ökonomische Prinzip - Homo Oeconomicus
- Minimalprinzip und Maximalprinzip
- Vom Nutzen und Grenznutzen
- Präferenzen und Indifferenzen
- TRAININGSSEITE
- Der Markt / das Marktgeschehen
- Prämissen für den Vollkommenen Markt
- Marktpräferenzen in der Realität
- Der Individualentscheidungsprozess
- TRAININGSSEITE - Wir suchen eine Wohnung

FOKUS KLAUSUR

- Der Homo-Oeconomicus ein Auslaufmodell!? / Vom Sinn der Modellbildung

KLASSIFIKATION VON BEDÜRFNISSEN

Einfach gesprochen sind Bedürfnisse das Verlangen bzw. der Wunsch, einen Mangel zu beseitigen. Das, was wir nicht haben, treibt uns also an: wir wollen immer das haben, was wir nicht besitzen. Das ist zumindest ökonomisch gedacht völlig normal!

Ein Bedürfnis ist nicht direkt greifbar, sondern bezeichnet einen Zustand: den Zustand des Mangels und wenn wir mal darüber nachdenken, was wir alles nicht haben, dann können wir gar nicht mehr aufhören mit der Aufzählung der Bedürfnisse. So gesehen ist die Zahl der denkbaren Bedürfnisse unendlich.

Man kann Bedürfnisse nach verschiedenen Kriterien klassifizieren. Gängiges Vorgehen ist hier, die Bedürfnisse nach ihrer Dringlichkeit in drei Stufen zu unterteilen, die so wie hier eine Vereinfachung darstellen.

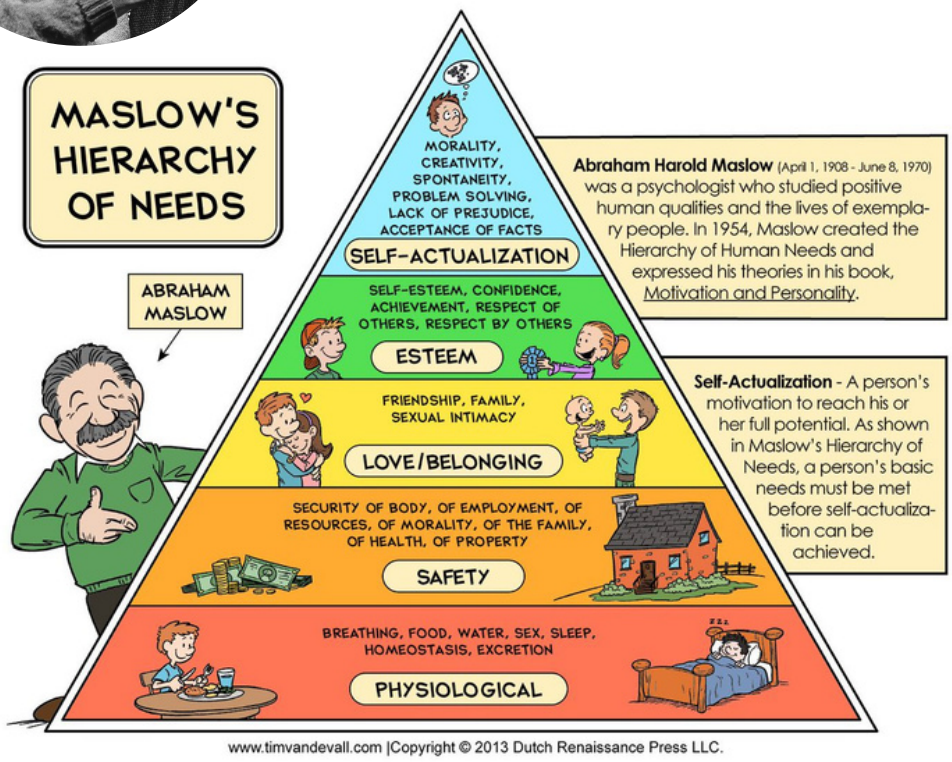
Existenzbedürfnisse
Existenzbedürfnisse dienen der Selbsterhaltung und sind eine notwendige Voraussetzung für die Existenz und Lebenserhaltung. Es handelt sich zum Beispiel um Bedürfnisse nach Nahrung, Kleidung, Unterkunft und Sicherheit. Derartige primären Bedürfnisse sind unveräußerlich, sie müssen im Gegensatz zu den weiteren Bedürfnissen erfüllt sein, um leben zu können.

Kulturbedürfnisse
Kulturbedürfnisse zielen auf Bildung und Partizipation am gesellschaftlich-kulturellen Leben ab, auf das geistige Wachstum des Individuums, auf dessen Entwicklung und soziale Integration. Kino- und Theaterbesuche, der Erwerb von Büchern aber auch der Besuch des Freibades u.v.m. gehören dazu. Das sind sog. Kann-Bedürfnisse - sie können im Gegensatz zu den Existenzbedürfnissen erfüllt sein, müssen aber nicht.

Luxusbedürfnisse
Luxusbedürfnisse sind Bedürfnisse nach luxuriösen Gütern und Dienstleistungen. Sie sind schwer zu definieren, denn was ist Luxus? In einem Entwicklungsland mögen der Farbfernseher und der PC als Luxusgüter gelten, bei uns in Deutschland jedoch dürfen diese selbst bei hohen Schulden nicht gepfändet werden, weil sie zu den grundlegenden Kulturbedürfnissen zählen. Eine Segelyacht, eine 20-Zimmer-Villa oder die Oldtimersammlung in der Großraumgarage sind aber auch bei uns Luxusgüter.

BEDÜRFNISSE - DIE MASLOW-PYRAMIDE

Abraham Harold Maslow (* 1. April 1908 in Brooklyn (New York), † 8. Juni 1970) war ein US-amerikanischer Psychologe. Er gilt als der wichtigste Gründervater der Humanistischen Psychologie. Er ist insbesondere durch die Verfechtung seines Entwicklungsmodells der Hierarchie menschlicher Bedürfnisse (auch Maslowsche Bedürfnispyramide) bekannt geworden.



Maslow hat die Bedürfnisse noch einmal anders klassifiziert, wie man der Graphik entnehmen kann: Fünf Stufen hat er für sein pyramidales Modell gewählt. Was von Bedeutung ist: Wie bei einer Treppe muss man diese Stufe für Stufe auf dem Weg nach oben beschreiten und darf bzw. kann dabei keine Stufe auslassen. Die Bedürfnisse einer unteren Stufe müssen also erfüllt sein, um eine höhere Stufe zu erklimmen.
Die unteren drei Stufen (teilweise auch noch die vierte Stufe) sind wiedererkennbar und stellen Defizitbedürfnisse dar, Bedürfnisse also, die aufgrund eines Mangels entstehen. Ist der Mangel behoben, so ist das Bedürfnis gestillt und wird zu den Akten gelegt - es verschwindet. Wer Hunger hatte und gegessen hat, der hat keinen Hunger mehr, basta!
Soziale Anerkennung (Esteem) und Selbstverwirklichung (Self-Actualization) sind sog. Wachstumsbedürfnisse. Diese können nicht gestillt werden. Man will immer mehr und mehr und mehr. Doch klären wird erst einmal die einzelnen Stufen von unten nach oben:

Körperliche Bedürfnisse (Physiological):
Sauerstoff, Wärme, Nahrung, Schlaf und Sexualität. Sie korrespondieren mit den bekannten Existenzbedürfnissen.

Sicherheit (Safety):
Wohnung, fester Arbeitsplatz, Gesetze, Versicherungen, Gesundheit, Ordnung, Religion (Ritual und Handlungshilfen (Moral)) und Lebensplanung (vor allem Planung der Befriedigung körperlicher Grundbedürfnisse und auch Geburtenkontrolle).

Soziale Beziehungen (Love/ Belonging):
Freundeskreis, Partnerschaft, Liebe, Nächstenliebe, Kommunikation und Fürsorge.

Soziale Anerkennung (Esteem):
Status, Wohlstand, Geld, Macht, Karriere, Sportliche Siege, Auszeichnungen, Statussymbole und Rangerfolge

Selbstverwirklichung (Self-Actualization):
Individualität, Talententfaltung, Altruismus, Güte, Kunst, Philosophie und Glaube (Welterklärung, Leitlinien und ethische Grundsätze).

1970 hat Maslow sein Stufenmodell noch erweitert. Ganz oben stand nun ...

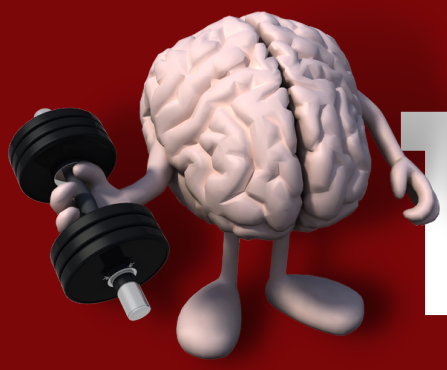
...***Transzendenz:***
Transzendental ist etwas, was außerhalb der Wahrnehmung liegt, etwas, das alles erklärt oder zusammenhält - vielleicht Gott?! Transzendenz kennzeichnet das Streben, diese großen übergeordneten Zusammenhänge zu erkennen und zu verstehen. Wer also alles hat, selbst in der Selbstverwirklichung nicht mehr weiter nach oben kann, macht sich auf den Weg, das Große zu deuten - deshalb driften nicht selten die großen Stars wie Madonna in das Lager der Esotheriker ab, lassen sich die Kabala übersetzen, malen geistesabwesend im Keller Mandalas und adoptieren in der ganzen Welt Kinder.

BEDÜRFNISSE KÖNNEN SICH ÄNDERN

Bei den Luxusbedürfnissen wurde es bereits angedeutet: Manchmal ist es nicht so einfach, Bedürfnisse zu definieren bzw. zuzuordnen. Für den einen ist etwas Luxus, was für den anderen normal ist und zum Standard gehört; so ist die Internetstandleitung in Guatemala anders zu bewerten als der DSL-Anschluss in einer europäischen Großstadt und ebenso die Fellklamotte eines Inuit in der nordkanadischen Tundra im Vergleich zum Kaninchenpelz am Leib der Großindustriellenwitwe. Denn: In Deutschland gehört der internetfähige PC mittlerweile zu den Grundrechten, was in Entwicklungsländern noch nicht der Fall ist und während der Pelzbehang für die Inuit im arktischen Winter überlebenswichtig ist - also ein Existenzbedürfnis - ist er hier bei uns nur ein Zeichen der zur Schau gestellten modischen Dekadenz.

Wann was wie einzuordnen ist, ist eine Frage der zur Verfügung stehenden Geldmittel und der äußeren Faktoren. Zu diesen gehören klimatische Verhältnisse, kulturelle Gepflogenheiten, der Grad der vorhandenen Sicherheit-, des technologischen Fortschritts, aber auch Ereignisse wie Naturkatastrophen oder Kriege können Einfluss darauf nehmen, welche Dringlichkeit bei der Befriedigung von Gütern herrscht. Zudem sind auch innere, personengebundene Faktoren wichtig: Alter, Bildungsgrad, Krankheit, … .

Was wir schließlich nicht unterschlagen dürfen, ist, dass sich unsere Bedürfnisstruktur auch durch Werbung ändern können und natürlich auch dadurch, dass die entsprechenden Bedürfnisse werden konnten.



TRAINING

- Skizziere die Ansätze, mit denen man Bedürfnisse zu klassifieren versucht. Wo siehst du Kritikpunkte am Maslowmodell?
- Beschreibe, unter welchen Eindrücken sich Bedürfnisse verändern können.

WIRTSCHAFTEN - DAS KONZEPT DER KNAPPHEIT

Warum wirtschaften wir? Die Antwort darauf scheint banal, doch will man den Gedanken logisch aufbauen, so ergibt sich gleich eine weitere Frage: Wo lässt man diesen Gedanken starten? Vielleicht an einem Ort, an dem man nicht wirtschaften muss, vielleicht das sagenumwobene *Schlaraffenland* (vom mittelhochdeutschen sluraff, der Faulenzer), einem Land, das dem deutschen Volksmärchengut entspringt, in dem einem sprichwörtlich die vorgegrillten Hühner in den Mund flattern und in dessen Flüssen Milch, Honig und Wein fließen?

Illustration aus dem Märchen "Das Schlaraffenland" ("The Land of Cockaigne") © Sergey Kohl / Fotolia

Dort ist alles im Überfluss vorhanden, man nimmt sich, was man braucht - jedes Bedürfnis ist gestillt, sowie es einem in den Sinn kommt. In unserer Realität sieht das aber anders aus. Wollen wir einen gegrillten Gockel, so müssen wir einen käuflich erwerben, ihn dann grillen oder eben grillen lassen. Wir zahlen für das, was er (uns) wert ist bzw. zahlen für eine Leistung, die jemand für uns erbringt oder erbracht hat; wir entgelten den Leistungserbringer. Damit können wir schon einmal Wirtschaften definieren:

Die Tätigkeit des Wirtschaften ist gekennzeichnet durch Leistungserstellung und Abgabe der Leistung gegen Entgelt. Aus diesem Grunde spricht man auch von Entgeltwirtschaft.

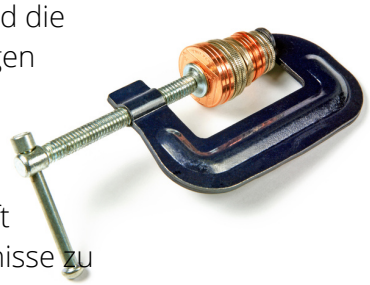
Doch wodurch erhalten die Dinge ihren Wert? Nun, einerseits dadurch, dass sie gebraucht werden und zwar immer (jedes Angebot schafft sich seine Nachfrage - Say'sches Theorem) und andererseits durch den Grad ihrer Knappheit.

Wenn also jedes Ding, das angeboten wird, auch eine Nachfrage findet, dann darf davon ausgegangen werden, dass im Falle eines knappen Angebots ein guter Teil der Nachfragenden leer ausgehen- es kommt zu einem so genannten Nachfrageüberhang. Es gibt also mehr Nachfrager als Anbieter. Das bringt die Anbieter in eine gute Position, denn nun können sie für ihr Gut releativ viel Geld verlangen. Mit anderen Worten:

Je knapper ein Gut ist, desto teurer wird es!

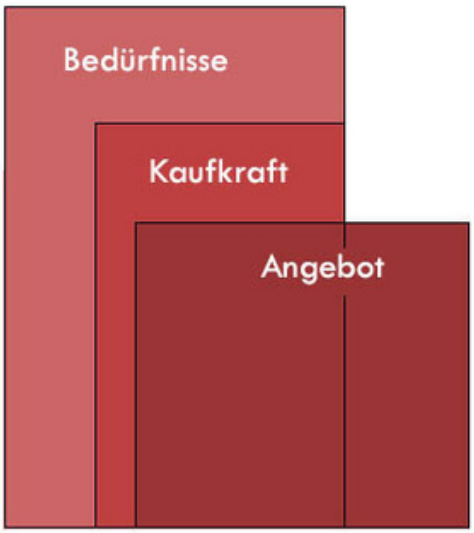
Wir halten hier mal fest: Wir haben unendlich viele Bedürfnisse, die wir befriedigen wollen aber die Güter, die dieser unbegrenzten Zahl an Bedürfnissen entgegenstehen, sind begrenzt, mit anderen Worten knapp. Durch diese Knappheit erhalten die Güter ihren Wert.

Und noch etwas ist knapp: Das Geld, das uns zur Verfügung steht. Und das ist auch wichtig, denn anderenfalls hätte auch das Geld keinen Wert. In diesem Zusammenhang wollen wir uns zwei Begriffe merken - das ***Budget*** (das sind die Geldmittel, die zur Bedürfnisbefriedigung zur Verfügung stehen) und die ***Kaufkraft*** (das für Konsumzwecke verfügbare Einkommen des jeweiligen Privathaushalts).



Zur Visualisierung

Zunächst einmal sehen wir hier den Zusammenhang, dass die Kaufkraft deutlich kleiner ist als der Gegenwert, den es bräuchte, um die Bedürfnisse zu befriedigen. Im Grunde müsste der Bereich der Bedürfnisse viel größer - wenn nicht sogar unendlich groß - dargestellt sein; geht aber nicht- klar!



Das ganze Geld nützt aber nichts, wenn wir dafür nichts kaufen können, wenn es also kein *Angebot an Gütern* gibt. Die Güter sind knapp und folgt man dieser Darstellung, dann sind sie knapper als die insgesamt vorhandene Kaufkraft.

Wir sind noch immer nicht beim Begriff der "Nachfrage", doch an dieser Graphik wird im Zusammenhang der Knappheit deutlich, dass zu einem bestimmten Preis mehr nachgefragt wird, als zur Verfügung steht, und die Frage, die sich hier ergibt, ist die: *Wie werden die Güter nun verteilt (Allokation)?*

In der Planwirtschaft würde man die Güter nun über zentrale Steuerung den Wirtschaftseinheiten (also hier den Haushalten) zuteilen.

In der Marktwirtschaft erfolgt dies über die Mechanismen des freien Marktes, doch da sind wir noch nicht. Merken können wir uns aber schon, dass diese Mechanismen die Aktivität des Wirtschaften sind und somit haben wir nun noch einmal auf den Punkt gebracht, warum die Knappheit die Ursache und Keimzelle des Wirtschaftens ist.

VON DEN BEDÜRFNISSEN ZUM BEDARF

Wenn du das Kapitel zuvor zur Knappheit gelesen hast, so gibt es nicht mehr viel Neues zu sagen. Um es noch einmal in aller Kürze auf den Punkt zu bringen:

- Die Bedürfnisse sind unbegrenzt und in Gänze nicht zu erfüllen.
- Sie sind nicht zu erfüllen, weil die grenzenlosen Bedürfnisse auch nur ein Teil der Gesamtmenge der grenzenlosen Bedürfnisse aller Menschen sind. Wir sprechen also über dämonisch viele Bedürfnisse!
- Und dieser riesigen Menge nahezu nicht denkbarer Bedürfnisse steht eine vergleichsweise kleine Menge an Gütern gegenüber.
- ***Hier merken wir uns daher: Bedürfnisse sind grenzenlos ; Güter sind begrenzt.***
- Hinzu kommt das verfügbare Geld, dass leider auch immer viel zu begrenzt ist. Es entstammt dem Einkommen bzw. dem Geld, das einem am Ende für den privaten Konsum bleibt.
- ***Den Wert dieses Geldes bezeichnet man auch als die Kaufkraft eines Haushaltes.***
- Und jetzt kommt es: **Die Bedürfnisse, die du dir Kraft deiner vorhandenen Geldmittel (deinem Budget) erfüllen kannst, sind der Bedarf.**

Wir merken uns final: Bedürfnisse sind grenzenlos ; der Bedarf meint die Bedürfnisse, die ich mir mit meinem begrenzten Budget realisieren, also kaufen kann bzw. könnte.

VOM BEDARF ZUR NACHFRAGE

Definition vorab: (Nachfrage, die) - "Bezeichnung für die Absicht von Haushalten, Güter und Leistungen auf Märkten zu erwerben. Die Nachfrage eines privaten Haushalts nach Gütern und Leistungen wird von verschiedenen Kriterien wie der Bedürfnisstruktur, dem Nutzen, den die Güter stiften, dem Einkommen des Haushalts oder den Güterpreisen beeinflusst. Grundsätzlich gilt der Zusammenhang, dass bei steigendem Preis eines Gutes normalerweise die Nachfrage nach diesem Gut fällt. Umgekehrt führt ein sinkendes Einkommen zu sinkender Nachfrage der Haushalte."

© Bundeszentrale für politische Bildung | bpb.de

Wir müssen versuchen, bei den ganzen Begrifflichkeiten eine eindeutige Trennschärfe zu schaffen, die Unterscheidungen müssen plausibel, d.h. nachvollziehbar sein. Und bisher kann die Unterscheidung zwischen Bedarf und Nachfrage vielleicht noch immer nicht so ganz selbstverständlich gezogen werden, denn liegt bei einem Bedarf denn keine feste Absicht vor, ein Gut auf dem Markt zu erwerben?

Sagen wir doch einfach mal "Nein!" und weisen die beiden Begriffe unterschiedlichen Bereichen zu.

So beschreibt der Bedarf alljene Güter (und zwar aus dem Kreise meiner Bedürfnisse, die mir grundsätzlich einen Nutzen stiften und die ich mir mit meinem vorhanden Geld (Budget) leisten kann.

Die Nachfrage beschreibt bzw. meint dann die Güter, die - nachdem ich für mich festgestellt habe, dass ich sie mir leisten kann - ich mir auch leisten will.

Mit anderen Worten: Ich sehe da etwas, das ich brauchen könnte, ich schaue in meine Geldbörse und stelle fest, dass es geht (Bedarf), dann denke ich kurz noch einmal nach und komme zu dem Schluss, dass ich das Gut kaufen will (Nachfrage) und dann tue ich dies auch.

Das heißt also, dass es noch immer einen Unterschied gibt, zwischen etwas erwerben zu können und dies auch zu wollen. Die Nachfrage ist also der feste Wille, dies zu tun.

WAS FRAGEN WIR DEN NACH?

FREIE UND WIRTSCHAFTLICHE GÜTER

Aus volkswirtschaftlicher Sicht sind Güter zunächst einmal alle Mittel oder Leistungen, die der Bedürfnisbefriedigung nutzen und folglich einen Nutzen stiften. Alles andere ist per se schlecht und taugt nichts.

Die grundlegende Aufgabe der Wirtschaft ist es nun - soweit haben wir dies im Kapitel zur Knappheit bereits erfahren - diese Güter zu verteilen. Aus Sicht der Wirtschaftspolitik könnte man auch sagen, dass es ihre Aufgabe ist, die Rahmenbedingungen zu einer möglichst optimalen Verteilung der Güter an die Haushalte, d.h. Nachfrager, zu erreichen.
Man kann Güter klassifizieren. Eine Möglichkeit stellt die Klassifikation nach Verfügbarkeit dar:

Freie Güter

Ein Gut ist dann frei, wenn es zu einer bestimmten Zeit in einem bestimmten Gebiet in einer so großen Menge vorhanden ist, dass ein Mensch beliebig viele Einheiten dieses Gutes konsumieren kann, d.h. so viel, wie er will. Es gibt keine Begrenzung, nur den persönlichen Sättigungsgrad des Nachfragers. Beispiele hierfür sind die Luft zum Atmen, der Sand in der Wüste, die Sonne am Himmel - in der Regel also Naturgüter. Weil diese Güter nicht knapp sind und folglich auch keinen Geldwert haben (Preis), der als Messgrad der Knappheit angelegt werden könnte, spricht man daher von freien Gütern.

Man darf freie Güter nicht mit ***öffentlichen Gütern*** verwechseln oder mit einem günstigen Zufall, der dir den Ast von Nachbars Apfelbaum in deinen Garten neigt. Im Falle der öffentlichen Güter zahlen wir nur auf den ersten Blick nichts dafür, wenn wir eine Parkanlage genießen. Auf dem zweiten Blick zahlen wir ihn über Steuern und Abgaben. Was den Baum des Nachbarn betrifft, so sprechen wir hier entweder von Diebstahl oder einer netten Geste des Nachbarn.

Knappe Güter / Wirtschaftsgüter

Im Gegensatz zu den freien Gütern stehen knappe Güter nicht in einem ausreichenden Maß zur Verfügung. In der freien Marktwirtschaft erfolgt der Ausgleich zwischen dem knappen Güterangebot und der weitaus höheren Nachfrage in aller Regel über den Preis (s.o. / s.u.).

WIRTSCHAFTSGÜTER KANN MAN NOCH WEITER UNTERTEILEN

Über die Gegenständlichkeit

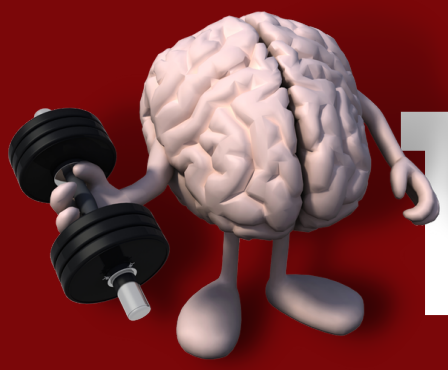
Handelt es sich um ein *materielles Gut*, so spricht man von Sachgütern bzw. Waren. Autos, Häuser, goldene Handtuchhalter - alles Waren.
Handelt es sich um *immaterielle Güter*, so handelt es sich entweder um Dienstleistungenwie Serviceangebote oder aber auch um *ideelle Güter* wie Patente, Auszeichnungen, Zertifikate und dergleichen mehr.
Was die Sachgüter betrifft, so können wir diese noch weiter unterteilen. Zunächst einmal hinsichtlich ihres Verwendungszwecks und schließlich auch hinsichtlich der Nutzungsdauer.

Über den Verwendungszweck

Es werden hier *Konsumgüter* (z. B. Nahrungsmittel, Bücher, Privatautos, Wohnungseinrichtung usw.) von *Produktionsgütern* (z. B. eine kommerzielle Eismaschine, Firmengebäude, Firmenauto, Benzin, Strom, Wasser usw.) unterschieden. Produktionsgüter werden von den Unternehmen gekauft und dienen der Herstellung von Konsumgütern, während Konsumgüter durch die privaten Haushalte gekauft werden.

Über die Nutzungsdauer

Diese Güter können noch weiter nach ihrer erwarteten Nutzungsdauer unterschieden werden; man unterscheidet hierbei dauerhaft nutzbare Güter (d. h. Güter, deren erwartete Nutzungsdauer mehr als ein Jahr beträgt) und nicht-dauerhaft nutzbare Güter (also Güter mit einer erwarteten Nutzungsdauer von weniger als einem Jahr).



TRAINING

- Beschreibe, inwiefern die Knappheit der Ursprung allen Wirtschaftens ist.
- Liefere eine differenzierende Erklärung zu den Begriffen "Bedürfnisse", "Bedarf" und "Nachfrage.
- Erstelle ein Schaubild bzw. eine Strukturgraphik, in der du die Zusammenhänge des Kapitels "Was fragen wir nach? Freie und Wirtschaftliche Güter" abbildest.

DAS ÖKONOMISCHE PRINZIP

DER HOMO OECONOMICUS

„Homo“ ist ein lateinischer Begriff und bedeutet Mensch. Der Mensch durchlief verschiedene Entwicklungsstufen. Gemäß dieser Stufen gab man dem Menschen Beinamen, die deutlich machten, wohin er sich entwickelt hat. Da wäre zum Beispiel der Homo erectus – das ist der Mensch, der sich aufgerichtet hat – oder der Homo sapiens, das ist der wissende und somit der heutige moderne Mensch.

Der Homo oeconomicus ist nicht wirklich eine typische Bezeichnung für eine Entwicklungsstufe des Menschen. Es ist mehr ein künstlicher, wissenschaftlicher Begriff und umfasst innerhalb der Sozialwissenschaften ein theoretisches Modell, das den Menschen als wirtschaftendes Wesen idealtypisch beschreibt.

Dieser Beschreibung nach handelt ein Homo Oeconomicus auf der Grundlage der ihm zur Verfügung stehenden Informationen ausschließlich rational, d.h. vernünftig und trifft dabei Entscheidungen, die ausschließlich der Maximierung seines persönlichen Nutzens zuträglich sind.

Der Homo oeconomicus lässt sich dabei weder von Trends, noch durch Werbung beeinflussen, auch sind ihm moralische Skrupel nicht geläufig. Das klingt nach einem unangenehmen Zeitgenossen, aber wie bereits festgestellt, handelt es sich lediglich um eine künstliche Modellvorstellung und nicht um einen Menschen im biologischen Sinne.

Pointiert gesprochen wäre der Homo oeconomicus in unserer Alltagswelt ein *Mensch*, der die Zeitschriften der Stiftung Warentest auswendig kennt, der zu jedem Produkt eine Meinung hat und dabei den absoluten Durchblick besitzt, bei welchem Händler dieses Produkt seinen Tiefstpreis hat. Er wäre *der* Meister des "Preis-Leistungs-Verhältnisses", nie würde er irgendeinem Markenfetisch verfallen oder auf Image statt Nutzen setzen, er gäbe nur so viel Geld für ein Gut aus, wie es nach absolut objektiven Maßstäben wert ist. Ein solches Verhalten folgt einem Prinzip, dem sogenannten ...

... ***Ökonomischen Prinzip!***

Beim Ökonomischen Prinzip geht es um ein optimales Verhältnis zwischen dem, was wir an Mitteln aufwenden und dem, was wir an Ertrag dafür bekommen. Daher ist das ökonomische Prinzip auch als die *Input-Output-Relation* in der Volkswirtschaftslehre bekannt.

Das Ökonomische Prinzip - auch Rationalitätsprinzip oder Wirtschaftlichkeitsprinzip genannt - existiert in zwei Formen. Bevor diese zwei Formen vorgestellt werden, soll jedoch zunächst mit einem weit verbreitenden Irrglauben aufgeräumt werden.

Wenn man gemeinhin fragt, wie ein solches optimales Verhältnis zwischen Einsatz und Ertrag aussehen sollte, so hört man doch recht häufig, dass man mit möglichst geringen Mitteln möglichst viel bekommen sollte. Diese Aussage ist jedoch nicht so wirklich sinnvoll, oder sagen wir mal vorsichtiger: Sie ist für eine volkswirtschaftliche Modellvorstellung, mittels derer versucht wird, konkrete Aussagen hinsichtlich wirtschaftlichen Handelns zu treffen, ein wenig zu ungenau. Wieviel ist *möglichst wenig* in Bezug zu *möglichst viel*? "Gib mir alles und ich gebe dir nichts"?

Nein, so wird das nichts. Eine Größe - entweder der Einsatz oder aber der Ertrag - muss vorher festgelegt sein und diesem Umstand zufolge ergeben sich nun die zwei Formen des Ökonomischen Prinzips:

Das Maximalprinzip
Maximaler Ertrag bei vorgegebenem Einsatz.

Das Minimalprinzip
Minimaler Einsatz bei vorgegebenem Ertrag.

MINIMAL-PRINZIP

Minimaler Einsatz
bei vorgegebenem
Ertrag.

Haushalte
Ein Haushalt möchte ein gewisses Gut bzw. eine vorgebene Anzahl an Gütern mit möglichst wenig Mitteln erhalten.

Unternehmen
Ein Unternehmen möchte mit einem festgelegten Einsatz an Produktionsfaktoren (Boden/Arbeit/Kapital) eine möglichst hohen Güterertrag produzieren.

MAXIMAL-PRINZIP

Maximaler Ertrag
bei vorgegebenem
Einsatz.

Haushalte
Ein Haushalt möchte mit festem Budget eine möglichst hohe Zahl an Gütern erwerben.

Unternehmen
Ein Unternehmen möchte mit einem festen Aufwand an Produktionsfaktoren (Boden/ Kapital/ Arbeit) einen möglichst hohen Güterertrag erzielen.

VOM NUTZEN UND VOM GRENZNUTZEN

Der Nutzen

Noch einmal kurz bei Null begonnen. Menschen verspüren Mangel und aus dem Mangel entsteht das Bedürfnis, diesen Mangel abzustellen. Ein Gut, das dies vermag, erfüllt einen Nutzen. Und weil Güter einen *Nutzen* erfüllen - weshalb sie grundsätzlich begehrt- und noch dazu knapp sind, erhalten sie ihren Wert bzw. Preis. Das liegt der Theorie nach auch bzw. zwingend daran, dass es immer jemanden geben wird, der bereit ist, diesen Preis zu zahlen.

Also gut, zum "Nutzen"!
Nehmen wir doch diese sympathische Frau hier rechts. Morgens hat sie ihren Kaffee verpasst, doch das ist nicht schlimm, denn man kann ja auch in der Stadt Kaffee kaufen. Dort ist er aber nicht ganz billig! Aber er nutzt! Schaut sie euch an, dieses zufriedene Gesicht!! Dafür zahlt sie, was im lauschigen Café um die Ecke eben verlangt wird*, und zwar gerne! Der Kaffee tut, was er soll und so erfüllt er ganz klar den erwarteten Nutzen: er wärmt, er pusht, er schmeckt und verwandelt seine Konsumentin in gelebten Livestyle.

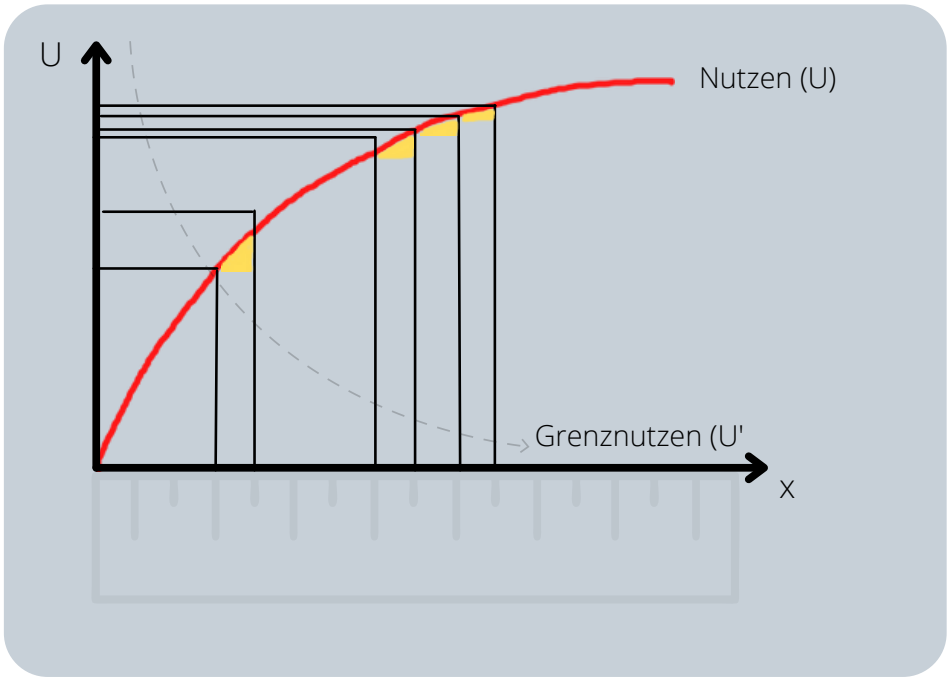
*Natürlich zahlt sie keine 20 Euro für einen Kaffee. Es muss in einem realistischen Rahmen bleiben. Aber gewisse Preisschwankungen macht man einfach mit, wenn der Nutzen passt!

Grenznutzen, bzw. abnehmender Grenznutzen

Nach den bisherigen Annahmen - insofern wir den Homo oeconimicus als handelnden Wirtschaftsakteur voraussetzen - dürfen wir davon ausgehen, dass uns **eine große Anzahl eines Gutes auch großen Nutzen** spendet. Viel ist gut, und noch mehr ist noch besser! Aber das ist nicht die ganze Wahrheit, denn der Nutzenzuwachs nutzt sich gewissermaßen ein wenig ab, er wird allmählich weniger. In diesem Zusammenhang spricht man vom **abnehmenden Grenznutzen**.

Nehmen wir mal an, dass eine Suppe mit einem Spritzer Tabasco ganz lecker schmeckt. Vielleicht ist das für den Freund der eher feurigen Gaumenfreuden auch erst nach drei bis fünf Spritzern der Fall. Eines dürfte aber als sicher gelten: Wer sich die ganze Flasche in die Suppe haut, dem dürfte der Gaumenschmaus vergehen. Ähnlich verhält es sich mit dem Schnitzelesser. Ein Schnitzel ist in Ordnung, aber wer fünf verdrücken soll, der sagt vielleicht schon nach dem zweiten Schnitzel - "nee, boah, weiter muss nicht!"

Nach dem sog. **1. Gossen'schen Gesetz** - das den abnehmenden Grenznutzen behandelt, geht man daher davon aus, dass jede zusätzliche Einheit eines Gutes einen geringeren zusätzlichen Nutzen als die vorangegangenen Einheiten bringt. Wäre der Grenznutzen gleich null, so wäre die Sättigung erreicht. Dazu kommt es jedoch nicht- zumindest in der Theorie!



Die Graphik ist nicht schön, doch sie passt. Was wir hier sehen, ist der Zusammenhang aus Nutzen (U) und Grenznutzen (U'). Wie soeben schon gelernt, nimmt der Nutzen, den uns ein zusätzliches Gut (x) spendet, zwar stetig zu, jedoch wird der Nutzenzuwachs jedes weiteren Gutes stetig geringer. Man hat so langsam genug, ohne jedoch wirklich komplett satt zu werden. Die Menge des Nutzenzuwachs nennt man Grenznutzen und er wird hier durch die gelben Dreiecke dargestellt, deren Fläche, wie zu sehen ist, immer kleiner wird.

PRÄFERENZEN UND INDIFFERENZEN

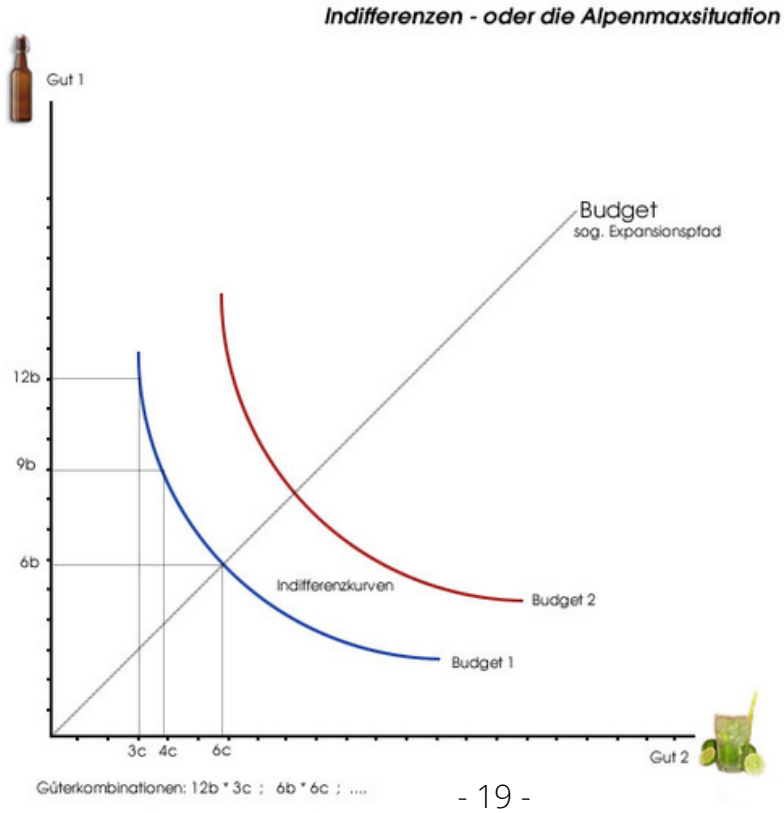
Präferenzen

Das mit den Präferenzen ist schnell erklärt, denn folgt man dem Modellbild des Homo oeconomicus, so hat dieser nur eine Präferenz: Das Gut mit dem höheren Nutzen, also das Gut, das in größerer Menge vorliegt (strenge Monotonie)! Mit diesem Wissen kann man eine einfache, weil logische Präferenzordnung formulieren:

Das Gut A wird dem Gut B vorgezogen, weil es mehr Nutzen bringt.
Das Gut B wird dem Gut C vorgezogen, weil es mehr Nutzen bringt.
Daraus ergibt sich, dass das Gut A auch dem Gut C vorgezogen wird, weil es ... genau!

Indifferenzen

Um das Verhalten eines einfachen Haushalts nach Muster des Homo Oeconomicus zu erklären, benutzt man gerne die "Situation" einer Zwei-Güter-Kombination: Ein Haushalt möchte ein bestimmtes Ziel erreichen, ihm stehen dazu zwei Güter zur Verfügung, die ihm beide im Hinblick auf dieses Ziel einen Nutzen spenden. Dazu verfügt der Haushalt (also der konsumbereite Mensch) über ein festes Budget (Geld), das er komplett einzusetzen, also auszugeben gedenkt. Ein von mir in all den Jahren liebgewordenes und kultiviertes Beispiel - auch, weil es so ein bisschen rebellisch ist und mittlerweile wohl aus der Zeit gefallen ist - wird in der folgenden Graphik abgebildet.



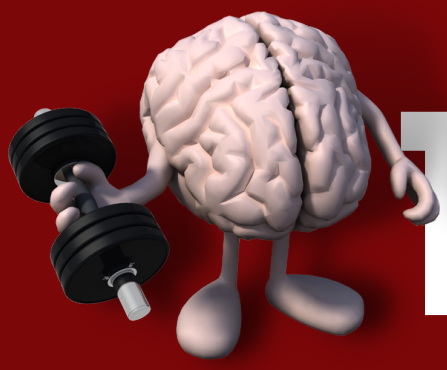
Auf diesem Schaubild erkennt ihr - wenn auch abstrakt - eine Situation, die euch vielleicht bekannt vorkommt. Konsequenter Weise - und angepasst an das zweifelhafte Vergnügungsangebot im Stadtbereich Gießen - habe ich die Situation einst die *Alpenmaxsituation* genannt; mittlerweile gibt es dieses besagte Alpenmax gar nicht mehr. Der Verlust hält sich in Grenzen, zumal es in der Ludwigstraße vergleichbare Etablissement mit Ares-Ski-Chic gibt. Wer's mag ...

Wir gehen hier auf jeden Fall von zwei Gütern aus, die ein feierwütiger Haushalt Kraft seines Budgets an einem ausgelassenen Abend zu sich nehmen will. Bier und Caipirinha - bis das Geld eben alle ist.

Die Kurven, die in der Graphik oben eingezeichnet sind, nennt man Indifferenzkurven (oder auch etwas hochtrabender: Isonutzenkurven - Iso = *gleich*; also gleicher Nutzen). Wenn wir uns diese Kurven als Aneinanderreihung von Punkten vorstellen und wenn wir uns dabei darüber klar werden, dass all die Punkte Güterkombinationen der beiden Güter Bier und Caipiriha darstellen, so stellen die Indifferenzkurven die Gesamtheit aller möglichen Güterkombinationen aus Bier und Caipirinha dar.

Jeder Punkt auf der Kurve ist uns gleich recht, alle Punkte auf der Kurve spenden uns den gleichen Nutzen. Wenn wir beispielsweise die Kurve nehmen, an der "Budget 1" steht, so ist uns die Kombination "6 Bier und 6 Caipi" genauso lieb wie die Kombination "12 Bier und 3 Caipi" oder "9 Bier und 4 Campi". Es geht hier nicht um Geschmack und besondere Vorlieben oder Trinkgewohnheiten, sondern nur um den Rausch (Ziel/ Nutzen) und ausreichend Geld in der Tasche ;-)

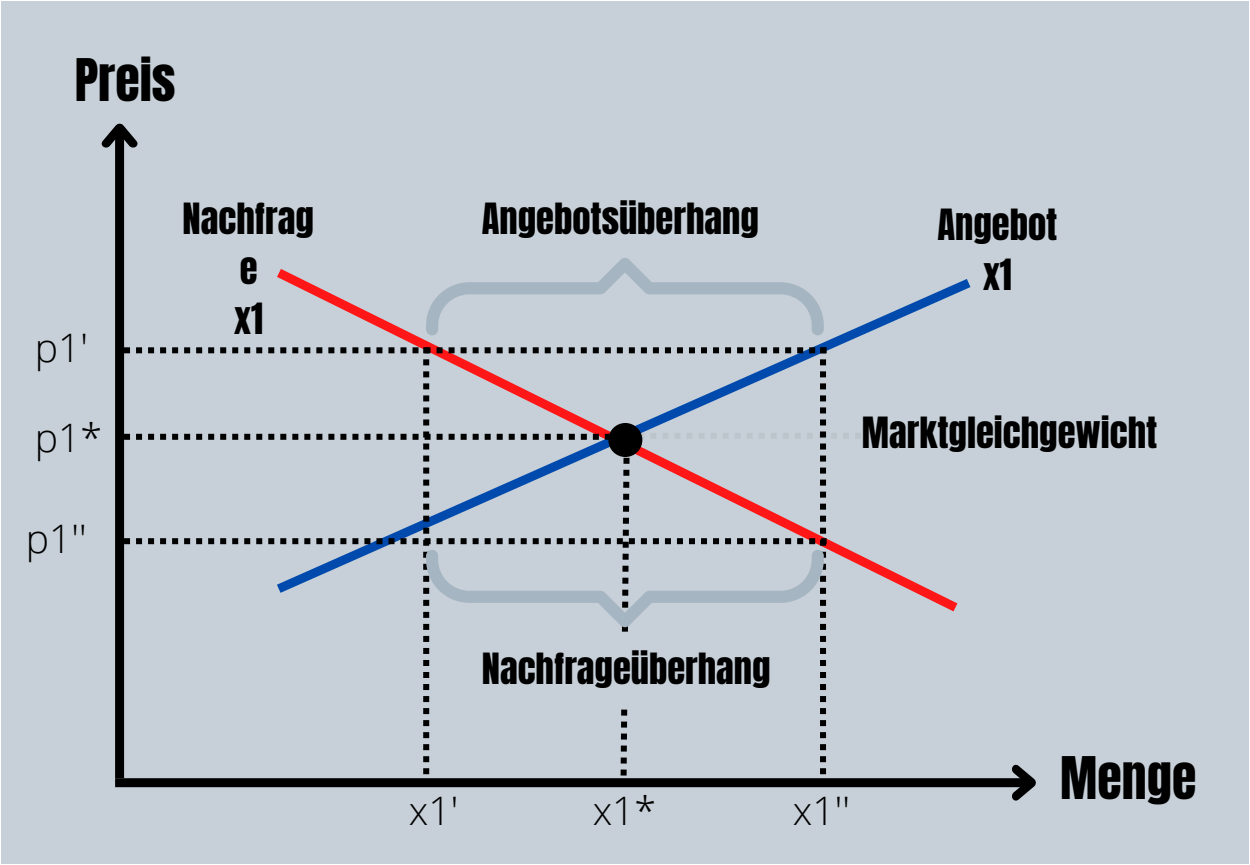
Das Budget spielt hierbei natürlich wieder eine wichtige Rolle. Je mehr Budget wir haben, desto mehr Güter erhalten wir. Haben wir mehr Geld, so bewegen wir uns mit der Indifferenzkurve weiter vom Ursprung des Koordinatensystems weg (z.B. Budget 2).



TRAINING

- Erstelle eine kleine MindMap, in deren Zentrum du den so genannten Homo Oeconomicus setzt. Arrangiere um ihn herum nun die zentralen Annahmen zu dieser Modellfigur.
- Beschreibe mit deinen Worten das Ökonomische Prinzip und finde zum Maximalprinzip und zum Minimalprinzip passende Beispiele für private Haushalte und Unternehmen.
- Erkläre entlang eines anschaulichen Beispiels das 1. Gossensche Gesetz vom so genannten abnehmenden Grenznutzen.
- Finde mit Hilfe der Graphik zurvon mir so genannten Alpenmaxsituation noch drei weitere passende Bier-und Caipikombinationen, die mit dem Budget 1 möglich sind.

DER MARKT / DAS MARKTGESCHEHEN



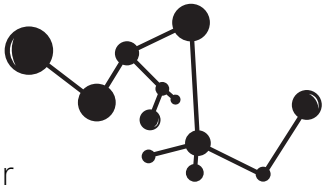
Als Markt bezeichnet man im Allgemeinen den Ort und den Zeitpunkt des Zusammentreffens zwischen Angebot und Nachfrage. Es ist der Ort, an dem die Marktteilnehmer Informationsaustausch betreiben, an dem sich die Preisbildung und die Herausbildung eines Marktpreises durch die Handlungen der Anbieter und Nachfrager vollzieht. Die Anpassung vollzieht sich im Grunde so:

Güterangebot < Güternachfrage [Preisauftrieb bis Marktgleichgewicht]
Güterangebot > Güternachfrage [Preiszugeständnisse bis Marktgleichgewicht]

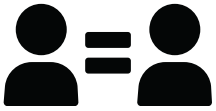
Alle Akteure, die sich jenseits des Marktpreises bewegen, bewegen sich außerhalb des Marktoptimums: Folgerichtig sind dies Anbieter, die über dem Marktpreis liegen bzw. Nachfrager, deren Preisvorstellungen unter dem Marktpreis liegen.

Diese mikroökonomische Vorstellung ist ein idealtypisches Modell, man spricht in diesem Zusammenhang vom "Vollkommenen Markt", den es so in der Realität nicht uneingeschränkt gibt, denn er braucht gewisse Voraussetzungen, die nicht oder nur schwer erfüllbar sind- man spricht von Prämissen (nächste Seite!).

PRÄMISSEN FÜR DEN VOLLKOMMENEN MARKT

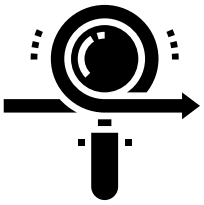


ATOMISCHE MARKTSTRUKTUR:
Es gibt auf dem Markt sehr viele Anbieter und sehr viele Nachfrager. Der Marktanteil und die Einflussmöglichkeiten der Einzelnen sind sehr gering.

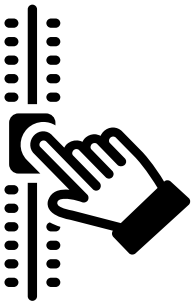


GÜTERHOMOGENITÄT:
Die gehandelten Güter sind vollkommen gleichartig, d.h. vergleichbar (Gleiche Güter bei gleicher Qualität).

PRÄFERENZLOSIGKEIT:
Der Anbieter und die Nachfrager entscheiden nach rein sachlichen Gesichtspunkten, d.h. ohne bestimmte Vorlieben.
Rationales Handeln = Homo Oeconomicus.



MARKTTRANSPARENZ:
Jeder Marktteilnehmer ist in der Lage, den ganzen Markt zu überschauen, d.h. Anbieter und Nachfrager kennen die Preise an allen Marktorten. Beide sind sie übereinander vollständig informiert (Konsumentensouveränität / Produzentensouveränität).



ANPASSUNGSFÄHIGKEIT / ELASTIZITÄT:
Die Marktteilnehmer können ihr Verhalten sofort an geänderte Marktverhältnisse anpassen und tun die auch.

Nur wenn diese Annahmen erfüllt sind, bestimmen Angebot und Nachfrage den Preis bzw. der Preis die angebotene und nachgefragte Gütermenge. In der Realität sind diese Annahmen nicht vollständig oder gar nicht gegeben.

MARKTPRÄFERENZEN IN DER REALITÄT (jedoch ...)

Abweichend vom Modell des Vollkommenen Marktes kommt es auf den real existierenden Märkten jedoch durchaus zu Präferenzen, die über das "möglichst viel" und das "möglichst günstig" hinausgehen. Sie können sachlicher, persönlicher, räumlicher und zeitlicher Natur sein.

SACHLICHE PRÄFERENZEN

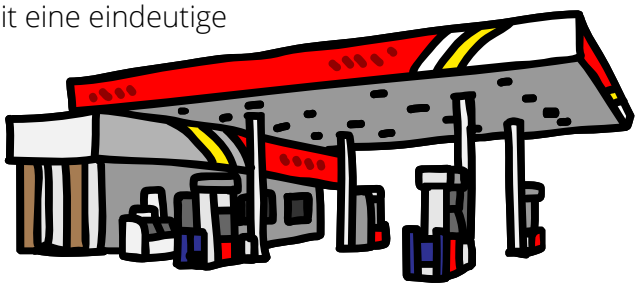
Sachliche Präferenzen ergeben sich, weil Güter eben nicht homogen, d.h. völlig gleichartig sind. Dass Güter wirklich gleichartig sind, kommt nur relativ selten vor. In der Regel lassen sich Güter, die dem Namen nach als gleichwertig gelten, in ihrer Qualität unterscheiden. Das fängt bereits bei der Verpackung an, mit Logos, Image und Werbung, die darauf zielt, das Besondere an einem Produkt hervorzuheben.

PERSÖNLICHE PRÄFERENZEN

Persönliche Präferenzen bedeuten eigene Vorlieben und Abneigungen. Auf einem vollkommenen Markt dürften sie keine Rolle spielen und doch gibt es sie, weil ein Käufer zum Beispiel eine gewisse Markentreue entwickelt - „Einmal Audi, immer Audi“ oder auch irrationale Abneigungen hat „Ich kaufe kein Geschirr von Villeroy und Boch, die machen auch Toiletten!“. Persönliche Präferenzen ergeben sich, weil der Käufer keinen vollständigen Überblick über den Markt hat (Markttransparenz). Er müsste im Grunde über alle konkurrierenden Produkte und deren Preise bei den verschiedenen Anbietern informiert sein und daneben noch erhebliche Kenntnisse – zum Beispiel technische – besitzen, um einen echten Vergleich vornehmen zu können. Dies ist nahezu unmöglich. Und noch etwas führt zu einem weit verbreiteten irrationalen Verhalten auf dem Markt: Die Annahme, dass das Teuerste auch gleichzeitig das Beste ist.

RÄUMLICHE PRÄFERENZEN

„Noch mal eben ein Bier an der Tanke holen“?. Für den Homo oeconomicus ein völlig abwegiges Verhalten, doch für den zuweilen bequemen Konsumenten in der Realität ganz und gar nicht abwegig sondern stattdessen der kürzeste Weg zum Glück und somit eine eindeutige räumliche Präferenz.



Dies gilt auch für die Ladengeschäfte in der Fußgängerzone. Sie besitzen zugunsten der Läden in den Nebenstraße zumeist die höhere Anziehungskraft – oder nehmen wir die großen Einkaufszentren am Stadtrand, die mit dem Auto leichter zu erreichen sind. Bei den Beispielen spielen noch andere Einflussfaktoren mit ein. Ein gewisses Shoppingflair in der Fußgängerzone oder das zeitliche Ersparnis, wenn man keine lästige Parkplatzsuche betreiben muss. Während Letztgenanntes noch mit einem direkten Nutzen erklärbar ist, ist ein nahezu lustvolles Shoppingerlebnis, das mehr ist als nur Einkaufen gehen, völlig abseits des Erklärungsmodells vom vollkommenen Markt. Fakt ist aber, dass es räumliche Präferenzen gibt.

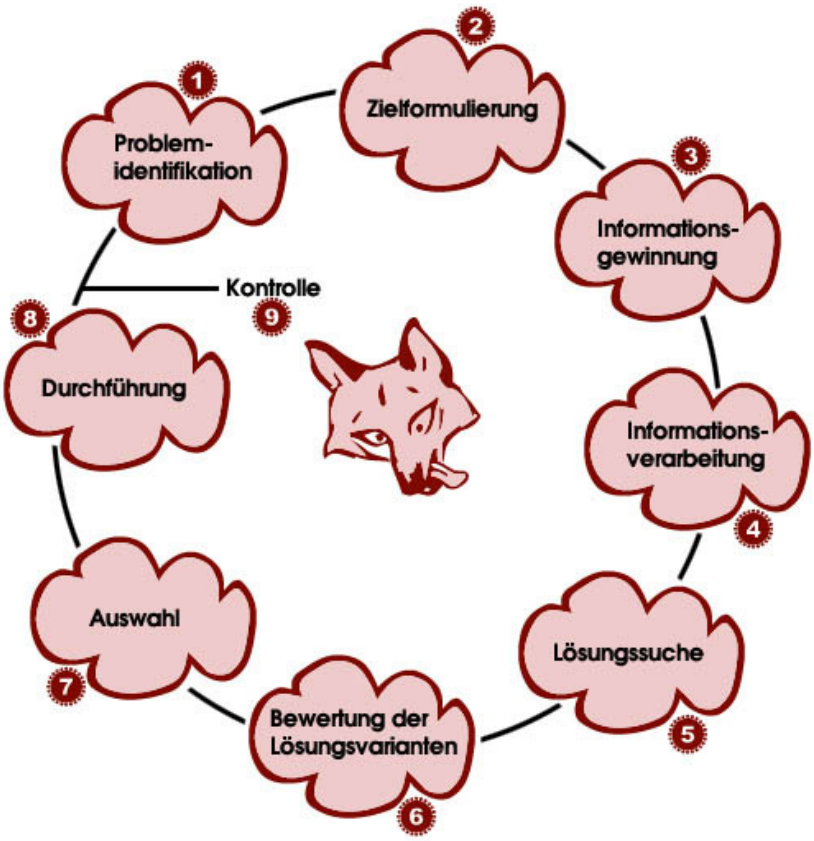
ZEITLICHE PRÄFERENZEN

Die Akteure des Vollkommenen Marktes sind in hohem Maße reaktiv – sie regieren spontan auf Preisveränderungen bzw. auf die vorhandenen Mengen eines Gutes, d.h. sie passen entweder ihr Angebot oder aber die Nachfrage an – und dies im Nachhinein. So gesehen dürfte es keine zeitlichen Präferenzen geben, da das Verhalten von keinen tiefgehenden Überlegungen begleitet ist, sondern vielmehr wie ein Reflex funktioniert. Tatsächlich ist es aber so, dass sich die Marktteilnehmer von spekulativen Überlegungen leiten lassen. Sie lassen sich bei ihren Entscheidungen davon leiten, wie sie die künftige Entwicklung von Preisen einschätzen. Sie warten bei Neuheiten in der Unterhaltungsindustrie erst einmal den Zeitpunkt ab, an dem die hohen Einführungspreise zu sinken beginnen, sie verlegen Einkaufstouren in den Sommerschlussverkauf oder tanken noch einmal schnell den Wagen voll, wenn sich internationale Spannungen mit Erdöllieferanten auf dem Weltmarkt ankündigen.

Alle dargestellten Präferenzen weichen vom Modell des Vollkommenen Marktes ab und machen ihn unvollkommen. Dies ist nicht als Werturteil zu verstehen. Der vollkommene Markt ist nicht besser. Der Vollkommene Markt ist ein Modell – ein theoretisches Modell, das versucht, Marktaktivitäten und den Prozess der Preisregulierung zu erklären. Dabei nutzt dieses Modell Prozessbeschreibungen, die stark vereinfacht sind. Es wird nur ein Faktor betrachtet und das ist der Preis – alle anderen Faktoren werden ausgeklammert bzw. bleiben gleich. Dies ist eine zwingende Voraussetzung für das Modell.

Man nennt sie ceteris-paribus-Klausel.

DER INDIVIDUALENTSCHEIDUNGSPROZESS



Der hier in einem Kreismodell dargestellte Ablauf eines Entscheidungsfindungsprozesses ist in dieser Gestalt ein typischer. Die Elemente kann man in dieser Reihenfolge durchlaufen bzw. es wäre sinnvoll, sie zu durchlaufen aber man kann auch hin und her springen oder unter bestimmten Umständen den Prozess abbrechen, wenn sich keine adäquaten Lösungen ergeben oder der Status Quo (der augenblickliche Zustand) nachträglich doch als hinnehmbar umgedeutet wird.
Zunächst einmal sollen die Elemente allgemein erklärt werden.

1. PROBLEMIDENTIFIKATION

Auf dieser Ebene melden sich die Bedürfnisse und die Bedürfnisse entstehen ja bekanntlich dort, wo sich ein Mangel bzw. eine Situation bemerkbar macht, die unbefriedigend ist. Dies ist zunächst einmal noch ein recht unbestimmtes Gefühl, das nach einer genaueren Bestimmung bedarf. Der Prozess, der aus einem noch unbestimmten Gefühl ein fassbares und genau bestimmbares Problem macht, stellt die Problemidentifikation dar.

2. ZIELFORMULIERUNG

Wenn ich mein Problem schließlich genau gegriffen habe, so ist es mir schließlich auch möglich zu bestimmen, was ich konkret anders haben möchte und was ich von einer Alternative zu meinem jetzigen Zustand erwarte. Während Punkt 1 eine Formulierung des Ist-Zustandes bedeutet, handelt es sich bei Punkt 2 um die Formulierung des Soll-Zutandes bzw. des Zustandes, den man am Ende des Entscheidungsprozesses erreicht haben möchte. Auch auf dieser Ebene dürften wir uns noch im Bereich der Bedürfnisse bewegen.

3. INFORMATIONSGEWINNUNG

Ist das Ziel formuliert, so muss man sich nun darüber informieren, welche Alternativen auf dem Markt vorhanden sind. Hierzu höre ich mich um, informiere mich in entsprechenden Quellen, in der Zeitung, im Internet, Prospekte etc.. Diese Sichtung kann zunächst noch sehr breit angelegt sein.

4. INFORMATIONSVERARBEITUNG

Die Verarbeitung der Informationen verläuft dahingehend, dass ich prüfen muss, ob sich die gewonnenen Alternativen bzw. Angebote mit meinen Bedürfnissen decken und in dieser Phase dürfte auch ein Abgleich mit dem vorhandenen Budget sinnvoll sein, um die Spreu vom Weizen zu trennen. Hier klinkt sich also die Dimension des Bedarfs ein. Natürlich wird es in der Praxis wohl so aussehen, dass man bereits während der Informationsgewinnung zwischen echten Alternativen und Nieten selektiert. Gemäß diesem Einwand sehen den Punkt 3 zunächst einmal als das erste Aktivwerden auf dem Markt.

5. LÖSUNGSSUCHE / 6. BEWERTUNG DER LÖSUNGSVARIANTEN

In diesen beiden Phasen, die eng miteinander verschränkt sind, werden wir die Angebote in eine engere Auswahl überführen und dann miteinander vergleichen. Es kann sein - unwahrscheinlich ist es nicht - das keines der Angebote unseren Idealvorstellungen entspricht - weder vom Preis, noch vom Nutzen. Besteht der Nutzen aus verschiedenen Komponenten - und beim Beispiel der Wohnungssuche ist dies sicher der Fall - so werden wir diese Komponente nun unterschiedlich gewichten, wir stellen eine Präferenzordnung auf, formulieren Aspekte, die uns besonders wichtig sind und ziehen den Kreis der Auswahl enger zusammen. Hierbei werden wir also noch einmal auf den Punkt 2, die Zielformulierung, zurückkommen und prüfen, inwieweit die gefundenen Angebote unseren Bedürfnissen entsprechen.

7. AUSWAHL

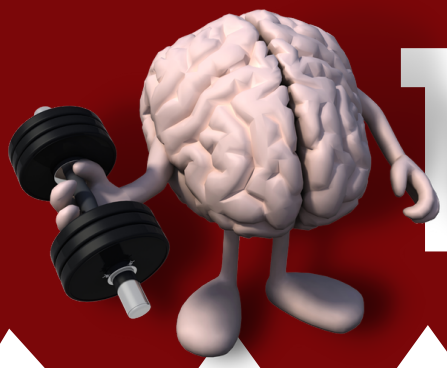
Jetzt kommt der entscheidende Punkt - und dies im trefflichsten Wortsinne - irgendwann müssen wir uns einmal entscheiden. Steckt man erst einmal mittendrin im Eifer der Sichtung und Auswahl, so verdrängt man diesen Umstand durchaus einmal. Stets ist man getrieben von dem Zweifel und der Frage, ob es da auf dem Markt noch irgendwo eine bessere Lösung gibt bzw. ob es da eine Lösung gibt, die sich noch treffender mit den eigenen Bedürfnissen deckt. Wir tun dies aus dem genannten Grund, dass es nie eine Lösung gibt, die hundertprozentig mit der Zielvorstellung übereinstimmt. Wenn man aber eine Entscheidung treffen will, so muss man sich irgendwann einmal festlegen und wenn man sorgfältig alle Lösungsvarianten bewertet hat, so sollte dies auch möglich sein.

8. DURCHFÜHRUNG

Ist die Auswahl getroffen, so kommt es zum Vollzug der Entscheidung. Jetzt befinden wir uns an der Stelle, an der es zu einer Nachfrage kommt. Hier wird jetzt noch einmal ganz deutlich, inwieweit sich der Bedarf von der Nachfrage unterscheidet. Zwischen diesen beiden Begriffen steht ein umfangreicher Entscheidungsfindungs- und Auswahlprozess, bei dem ein ganz bestimmtes Produkt aus einer gewissen Masse denkbarer Alternativen gewählt wird, von dem man sich eine besonderes hohe Passung hinsichtlich der persönlichen Bedürfnisse und dem Nutzen, den man sich von einer Lösung erwünscht, verspricht.

9. KONTROLLE

Und, bist du jetzt glücklich? Hat sich der Ursprungszustand verändert, ist das Unbehagen verschwunden- und der Sollzustand erreicht. Wenn man erreicht hat, was man wollte, kann es nicht schaden, zu kontrollieren, ob der angepeilte Nutzen wirklich zeigt - es kommt zu einer Bewertung des neuen Zustandes und hier schließt sich dann der Kreis. Es kann durchaus sein, dass der neue Zustand immer noch nicht als das Gelbe vom Ei bewertet wird. In diesem Fall wird ein neuer Entscheidungsprozess in Gang gesetzt und wir bewegen den Spielstein wieder an den Anfang- zur Problemidentifikation.



TRAINING

(1) Ausgangsfakten

Das sind Anne (26) und Marc (29). Anne hat vor kurzem ihr 1. Staatsexamen der Rechtswissenschaften hinter sich gebracht und ist nun Referendarin in einer mittelgroßen Kanzlei. Marc hat sein Lehramtsreferendariat bereits hinter sich und ist seit zwei Monaten Studienrat an einem kleinstädtischen Gymnasium. Beide kennen sich seit dem ersten Semester ihres Studiums, sind seit beinahe sieben Jahren glücklich liiert, Heirat nicht ausgeschlossen, Kinderwunsch latent vorhanden. Zusammen haben sie ein Budget von etwa 4000 Euro zur Verfügung. Ihre gemeinsame Wohnung aus Studienzeiten ist ihnen nun deutlich zu klein. Es war eine Dreizimmerwohnung mit Küche und Bad zu 70qm, mitten im Trubel der Innenstadt, so war das universitäre Partyleben nicht fern. Jeder hatte seinen Bereich, in dem man sich mal zurückziehen konnte, dann gab es da noch das, was man wohl als Wohnzimmer bezeichnen würde. Nun, im Arbeitsleben angekommen – und man muss ja auch langsam mal an die Zukunft denken – habe sich ihre Ansprüche an einen Ort ihres gemeinsamen Zusammenlebens deutlich verändert und sie fühlen sich in ihrer jetzigen Wohnung nicht mehr richtig wohl.

(2) Einschränkungen zum Budget

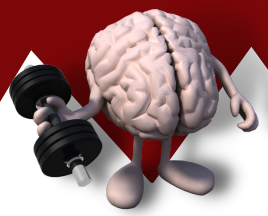
Sicher, die beiden verdienen nun Geld aber das Leben kostet auch Geld und so lassen wir das vorhandene Budget noch ein wenig schrumpfen, indem wir einige fixe Kosten benennen:

- Handy für beide: **- 50,00 Euro**
- Durchschnittliche Telefonrechnung inkl. DSL-Anschluss **- 60,00 Euro**
- Versicherungspaket für beide (bestehend aus je zweimal privater Krankenversicherung, Haftpflichtversicherung, Berufsunfähigkeitsversicherung, Riester-Rentenbeitrag; Risikolebensversicherung) **- 700,00 Euro**
- Diverse Posten (Zeitungsabonnement, Mitgliedschaft ADAC, Sparbeitrag in einen Investmentfonds, Fitness-club und Weiteres) **- 490,00 Euro**

Dies ist alles einmal vorsichtig geschätzt. Im Grunde ist das eigenständige Leben noch teurer. Wir belassen es einmal dabei und kommen nun auf ein **Budget (abzüglich 1300 Euro) von 2700 Euro**.

(3) Zur Aufgabe

Schritt1: In einem ersten Schritt wollen wir nach Vorbild des Entscheidungsfindungsmodells zunächst einen Aktionsplan aufstellen. Hierzu ist es notwendig, die allgemeinen Angaben des Modells auf das Beispiel der Wohnungssuche zu übertragen. Listet die 9 Punkte auf und beschreibt in einer Art Checkliste, was für unser Beispiel in den Phasen konkret zu tun ist.



Schritt 2: Versetzt euch nun in das junge Paar, in ihre Lebenssituation, in die Bedürfnisse, die sie in Bezug auf eine neue Wohnung konkret haben könnten und erstellt eine Problemdefinition sowie eine Zielformulierung. Arbeit dabei so genau und detailreich wie möglich, damit das Szenario an Realität gewinnt. Informationen, die euch hinsichtlich des Charakters der Figuren sowie der bisherigen Wohnungsbedingungen fehlen, könnt ihr dazu erfinden, solltet diese dann aber auch in den Beschreibungen vermerken.

Schritt 3: Werdet aktiv auf dem Wohnungsmarkt und beschafft euch Informationen, die ihr dann hinsichtlich ihrer Eignung verarbeitet. Unser Paar sucht eine Wohnung in Gießen und näherer Umgebung. Welche Option sie bevorzugen, darüber könnt ihr urteilen.

Recherchetipps für das Internet:

- Per www.google.de mit dem Stichwort „Wohnungsmarkt + Gießen"
- www.immobilienscout24.de
- www.immowelt.de
- www.web-wohnungssuche.de
- Liste an Giessener Wohnungsmaklern: http://www.immobilienscout24.de/immobiliensuche/immobilienmakler/hessen/gieszen+kreis.htm

Usw. usf.

Schritt 4: Erstellt eine Liste der Angebote, die für euch in einen engeren Kreis gehören und diskutiert in eurer Gruppe die Vor- und Nachteile der unterschiedlichen Wohnungen. Hierzu solltet ihr euch unter den Punkten „Lösungssuche und Bewertung der Lösungsvarianten" eine Präferenzordnung aufstellen: Welche Aspekte sind euch besonders wichtig, welche sind eher von sekundärer Bedeutung? Die Ergebnisse von mindestens fünf Wohnungen, deren Basisdaten ihr euch notieren solltet, sind zu protokollieren.

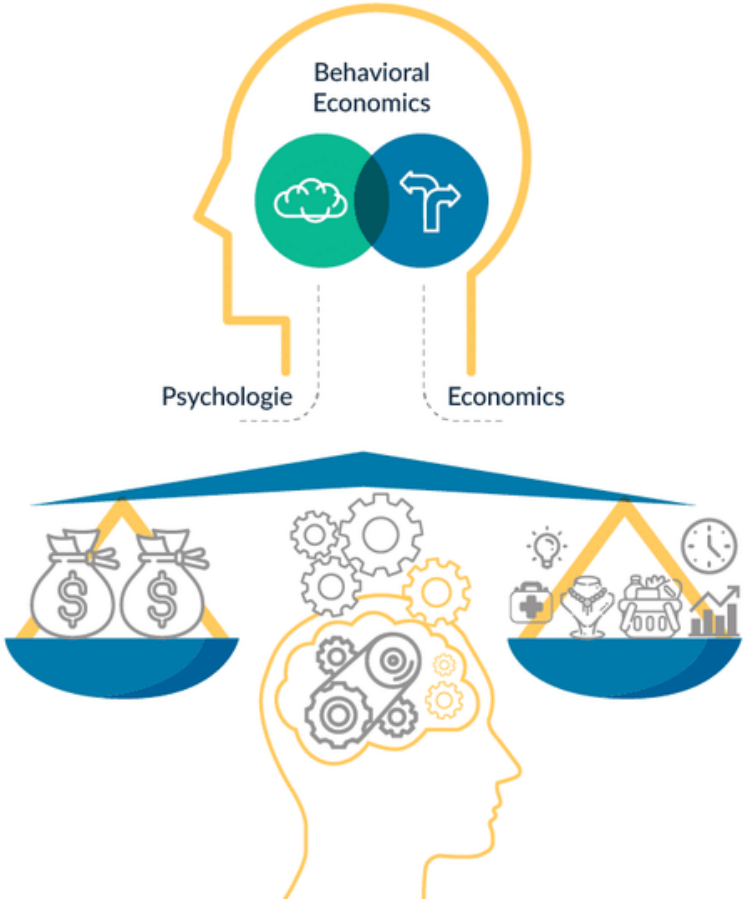
Schritt 5: Trefft eine Auswahl aber bitte schreibt dem Anbieter keine Mail, in der ihr schreibt, dass euer Lehrer diese Wohnung gerne besichtigen würde. Obwohl – wer weiß – vielleicht ruft ja jemand mal an und bittet um einen Besichtigungstermin und berichtet dann von den Erfahrungen?! Mitunter finden das die Vermieter aber auch nicht ganz so witzig wie ihr.

Für die Arbeit

Ihr arbeitet in 5er-Gruppen. Sucht für die Arbeitsschritte nach geeigneten Wegen der Arbeitsteilung, setzt euch zeitliche Limits, achtet diese und bestimmt einen Gruppensprecher, der eure Arbeitsergebnisse später vorstellt.

Viel Spaß!

KLAUSUR

DER HOMO OECONOMICUS - EIN AUSLAUF-MODELL ??

Die allgemeine Modelltheorie (Stachowiak 1973) definiert ein Modell als die Replikation eines Realitätsausschnitts (eines Urbilds) – sein Abbild. Drei Merkmale kennzeichnen das Verhältnis von Urbild und Modell: (1) Das Abbildungsmerkmal. Modelle sind stets Modelle von etwas; sie sind nicht identisch mit dem Urbild. (2) Das Verkürzungsmerkmal. Modelle können niemals alle, sondern nur die dem Konstrukteur relevanten Merkmale des Urbilds enthalten. (3) Das pragmatische Merkmal. „Modelle (sind) ... ihren Originalen nicht per se eindeutig zugeordnet. Sie erfüllen ihre Ersetzungsfunktion (a) für bestimmte – erkennende und/oder handelnde, modellbenutzende – Subjekte, (b) innerhalb bestimmter Zeitintervalle und (c) unter Einschränkung auf bestimmte gedankliche oder tatsächliche Operationen" (Stachowiak 1973, S. 131 ff.). In dieser Definition bleibt offen, ob die Abbildung mit Hilfe natürlichsprachlicher oder formaler Zeichensysteme geschieht.