

## Zielstellung:

Welche Menge bietet ein Unternehmen unter bestimmten Bedingungen auf einem Markt an?

## Ausgangsbedingungen:

(Ausschließlich) Unternehmen sind Anbieter auf den Gütermärkten. Sie verhalten sich rational. Ausgangspunkte des Unternehmerangebotes ist es, durch den Verkauf von Gütern und Dienstleistungen, maximalen Gewinn, das heißt Unternehmereinkommen zu erzielen. Andere Unternehmensziele wie Beschäftigung, Marktanteile, Umweltziele usw. wirken ergänzend.

Analysiert man das durchschnittliche Unternehmerverhalten, so kann man feststellen, daß die Unternehmen dann ihr Mengenangebot steigern, wenn die Marktpreise günstig, d.h. hoch sind und daß sie, wenn sie können, ihr Angebot bei sinkenden Marktpreisen reduzieren. Sie verhalten sich also ebenso wie die Nachfrager als Mengenanpasser. Allerdings besteht bei Ihnen zwischen Marktpreis und Menge eine positive Korrelation, d.h. sie bieten mehr an, wenn der Marktpreis steigt und umgekehrt.

Mengen-  
anpasser

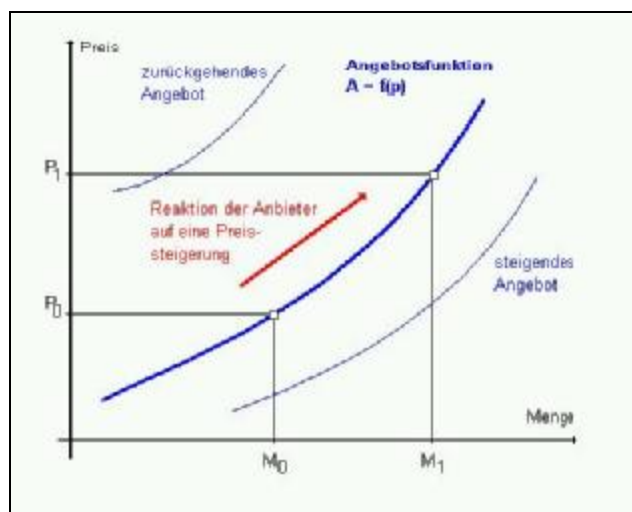


Abb. 4-1:  
Idealtypisches  
Anbieterverhalten

Dieses Anbieterverhalten läßt sich auch so erklären, als ob sich unter jedem Punkt der Angebotskurve ein individueller Anbieter befände. Alle Anbieter unterscheiden sich

Angebotskurve

- in ihrer Produktivität, d.h. in der Preisvorstellung, mit der sie auf den Markt kommen, (je niedriger die Produktivität, desto höher die Stückkosten und damit desto höher die Preisvorstellung, zu der das Unternehmen verkaufen muß, um zu überleben),
- in der möglichen Angebotsmenge, die der jeweiligen Produktionskapazität entspringt. Dabei gilt nur bedingt, daß, je höher die Produktionskapazität ist, desto niedriger auch die Stückkosten sein müssen. Alter der Anlage und gewählte Technologie modifizieren dies entscheidend.

## Problem:

Das Problem der Unternehmung besteht nun darin, bei einem bestimmten Marktpreis (für das Gut selbst, aber auch unter Beachtung der Preise für substitutive und komplementäre Güter) und den daraus resultierenden Erlösen sowie bestimmten Kosten (ä AM 5) einen maximalen Gewinn zu erzielen.

optimale  
Angebotsmenge

Die Lösung des Problems wird auf den folgenden beiden Arbeitsblättern dargestellt.