

Abkürzungsverzeichnis

AER	= American Economic Review, Evanston Ill.
Ausg. Waentig	= Sammlung sozialwissenschaftlicher Meister, herausgegeben von Heinrich Waentig, Jena
EcJ	= Economic Journal, London
GdS	= Grundriß der Sozialökonomik, Tübingen
HdSt	= Handwörterbuch der Staatswissenschaften, Jena
HdSw	= Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, Stuttgart usw.
JbNST	= Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik, Jena
JPE	= Journal of Political Economy, Chicago Ill.
OEP	= Oxford Economic Papers, Oxford
QJE	= Quarterly Journal of Economics, Cambridge Mass.
SchmJb	= Schmollers Jahrbuch für Gesetzgebung, Verwaltung und Volkswirtschaft im Deutschen Reich, München u. Leipzig
Var.ed.	= Alfred Marshall, Principles of economics, 9 th (variorum) edition with annotations by C. W. Guillebaud, 2 Bde. London 1961.
ZgSt	= Zeitschrift für die gesamte Staatswissenschaft, Tübingen

Einleitung

Zur Fragestellung der Preistheorie

Die einfachste und allgemeinste preistheoretische Aussage, die auch heute noch für Lehrzwecke gerne als Ausgangspunkt gewählt wird, ist das „Gesetz von Angebot und Nachfrage“: Steigende Preise führen zu einer Einschränkung der Nachfrage und einer Ausdehnung des Angebots, sinkende Preise umgekehrt zu einer Ausdehnung der Nachfrage und einer Einschränkung des Angebots. Solange die auf dem Markt angebotenen und nachgefragten Mengen nicht übereinstimmen, löst — bei Angebotsüberschuß — die Konkurrenz der einander unterbietenden Anbieter bzw. — bei Nachfrageüberschuß — die Konkurrenz der einander überbietenden Nachfrager eine Preisbewegung aus, die solange anhält, bis kein zu dem sich ergebenden Preis kaufwilliger Nachfrager unbefriedigt und kein zu diesem Preis verkaufswilliger Anbieter auf seiner Ware sitzen bleibt. In graphischer Darstellung ergibt sich das bekannte Bild der einander kreuzenden Angebots- und Nachfragekurve; dabei zeigt die Nachfragekurve also negative Neigung — so daß steigenden Mengen sinkende Preise zugeordnet werden —, die Angebotskurve dagegen positive Neigung — steigenden Mengen entsprechen steigende Preise. Der bezeichnete Verlauf der Kurven ist jedoch nur als eine vorläufig angenommene Normalgestalt anzusehen. Zum weiteren Ausbau der Preistheorie bot also zunächst die Frage Anregung, welche Gestalt diese Kurven denn im einzelnen annehmen können, womit sich zugleich noch die Aufgabe ergab, die besonderen Gestalten der Kurve jeweils aus den Umständen und Bedingungen der Nachfrage oder des Angebots in verschiedenartig bestimmten Situationen abzuleiten und zu erklären. Dabei hat die Gestalt der Nachfragekurve wesentliche Diskussionen nicht ausgelöst. Nachdem sie schon vorher, besonders auch bei Adam Smith, ohne nähere Erörterung in der oben angegebenen Gestalt vorausgesetzt worden war, hat die Grenznutzenschule dafür eine werttheoretische Begründung nachgeliefert. Auch der weitere Ausbau der Grenznutzenlehre sowie die Auseinandersetzungen über sie haben die Kurvengestalt nicht in Frage gestellt¹. Wichtig ist jedoch die ergänzende Aussage, daß

¹ Die unter dem Namen „Giffen-Paradoxon“ erörterte Möglichkeit einer zeitweilig verkehrt — positiv — verlaufenden Nachfragekurve für ein „inferiores“ Gut ist, wenn sie überhaupt jemals praktische Bedeutung sollte

für einen einzelnen Anbieter, der in Konkurrenz mit vielen andern steht und dessen Marktanteil im Verhältnis zur Gesamtnachfrage nicht in Betracht kommt, die Nachfragekurve subjektiv die Gestalt einer Horizontalen in Höhe des herrschenden Marktpreises annehme; denn der Markt nimmt ja den Voraussetzungen gemäß jede Menge auf, die der einzelne zum herrschenden Preis mit Vorteil liefern zu können glaubt, ohne daß ihm ein Zusammenhang zwischen der Größe seines Angebots und der Preishöhe erkennbar wird.

Schon bei dieser Differenzierung der Annahmen über die Nachfragekurve geht man von der Situation des Anbieters aus, und damit wird deutlich, daß dort die eigentlichen Probleme der Preisbildung liegen. Vor allem aber muß sich unser Interesse den Annahmen über die Gestalt der Angebotskurve und deren Begründung zuwenden. Diese besondere Aufmerksamkeit erklärt sich zunächst schon daraus, daß sich die Interessen der Anbieter auf nur wenige Märkte konzentrieren, auf denen sie aber ihre gesamte wirtschaftliche Existenz behaupten müssen, während der Abnehmer jedenfalls als Endverbraucher seine Aufmerksamkeit auf viele Märkte verteilen muß, wobei von der Angemessenheit seiner Entscheidung jeweils nur Grenzgrade seines Wohlbefindens abhängig sind. Weiter steht hinter der Tatsache des Angebots ein umfangreicher, sich in vielen Einzelmaßnahmen und häufig auch in greifbaren Unterlagen konkretisierender Produktionsprozeß. So lassen sich hinsichtlich der Voraussetzungen und Bedingungen des Angebots und hinsichtlich seiner Marktreaktion häufig in erheblichem Umfang objektive Feststellungen treffen, während es die Analyse des Nachfrageverhaltens mit rein subjektiv bleibenden, unmittelbar kaum faßbaren und häufig tatsächlich labilen Bedürfnis- und Zweckvorstellungen zu tun hat.

Die Objektivierung der Angebotsbedingungen tritt um so stärker hervor, je mehr die eigene Arbeitskraft des Anbieters in dem dem Angebot zugrundeliegenden Produktionsprozeß als Aufwandfaktor zurücktritt. Denn die Bewertung der eigenen Arbeitsleistung — und ebenso der Arbeitsleistung der Familienangehörigen — vollzieht sich wieder in dem unmittelbar kaum faßbaren Bereich subjektiv bleibender Zweckvorstellungen — und Mühseligkeitsempfindungen —, und dieser legt sich auch als Puffer zwischen eventuell vorhandene objektive Angebotsbedingungen und den erwarteten Markterfolg. Wo also, wie in der bäuerlichen und handwerklich-kleingewerblichen Produktion, die eigene Arbeitsleistung sehr bedeutsam ist, erhält die Angebotskurve den gleichen subjektiven Charakter wie die Nachfrage-

gewinnen können, jedenfalls nicht mehr als ein Kuriosum. Vgl. H. v. Stackelberg, Grundlagen der theoretischen Volkswirtschaftslehre, Bern 1948 S. 147 ff. sowie G. J. Stigler, Notes on the history of the Giffen paradox, in: JPE Bd. 55 1947 S. 152—156.

kurve, und die Möglichkeiten theoretischer Analyse sind schnell erschöpft.

Bei den übrigen Aufwandfaktoren dagegen, also der im Produktionsprozeß organisierten fremden Arbeitskraft und den zu produktiver Nutzung erworbenen Gütern², wird ein Entgelt schon festgelegt — und meist auch gezahlt —, ehe der Markterfolg der Produktion übersehen werden kann. Wo sie im Produktionsprozeß eine große Rolle spielen, müssen sich also die Überlegungen und Urteile, die dem Angebotsverhalten des Produzenten zugrundeliegen, auch unabhängig von den im Marktgeschehen sich ergebenden Preisen und Umsätzen in objektiv faßbaren Tatsachen niederschlagen. Das ist der Fall der unternehmungsweisen — vor allem der industriellen — Produktion, und er ist es also, der als Gegenstand preistheoretischer Untersuchungen das größte Interesse bietet.

Aus dem soeben Gesagten folgen zugleich einige Besonderheiten der Problemstellung einer industriellen Angebotstheorie. Eine allgemeine Angebotstheorie kann über das Angebotsverhalten des einzelnen Marktteilnehmers nur Weniges und Schematisches sagen und wird daher schnell zur Frage fortschreiten, wie sich auf dem Markt das Gesamtangebot gestaltet. Bei der industriellen Angebotstheorie dagegen tritt die Entwicklung des Angebots auf Grund der Produktionsmöglichkeiten in der einzelnen Unternehmung mehr und mehr in den Vordergrund. Neben die Theorie des Marktverhaltens — und teils sogar an ihre Stelle — tritt eine Theorie der Produktion, der Auswahl und Kombination der Produktionsmittel bzw. Produktionsfaktoren. Da diese Aufwandfaktoren weiterhin unabhängig vom Markterfolg der Produktion in Geld veranschlagt und bezahlt werden, wird die Angebotstheorie in einem spezifischen Sinne Kostentheorie³. An die Tatsache dieses Vorschußcharakters des Produktionsaufwandes knüpft schließlich eine wichtige Beobachtung an: Ein Teil dieses Aufwandes, vor allem der für die Aufrechterhaltung der Organisation des Gesamtprozesses sowie auch der für bestimmte „unteilbare“ Produktionsmittel, kommt in einem längeren Zeitraum einer großen, im Voraus nicht feststehenden Zahl von Produkteinheiten zugute. Er läßt sich also dem einzelnen Erzeugnis direkt nicht mehr zurechnen — das Gemeinkostenproblem tritt auf.

Bei dem Einbau dieser Probleme in die Angebotstheorie findet das Marginalprinzip ein besonders fruchtbares Anwendungsfeld. Dasselbe

² Auf Einordnung solcher Produktionsmittel, die von Anfang an im Eigentum des Produzenten stehen oder die gleichzeitig zur Produktion für den Markt und im Haushalt bzw. in der Eigenwirtschaft genutzt werden, — am bedeutsamsten sind Grund und Boden — darf hier wohl verzichtet werden.

³ Der Ausdruck Kostentheorie hat in diesem Zusammenhang keinen werttheoretischen Beigeschmack mehr.