

B - Die Preiselastizität des Angebotes



Arbeitsauftrag:

4. Lest den Informationstext über die Preiselastizität des Angebotes und fasst diesen stichpunktartig so zusammen, dass ihr ihn euren Gruppenmitgliedern erklären könnt.
5. **Erläutert** euren Gruppenmitgliedern eure Preiselastizität. Nutzt dazu auch die Diagramme.
6. **Gestaltet** im Anschluss ein Strukturdiagramm, indem ihr die fertigen Kärtchen benutzt und die leeren ergänzt.

Das Gesetz des Angebots besagt, dass höhere Preise zu größeren Angebotsmengen führen. Die **Preiselastizität des Angebots misst, wie die Angebotsmenge auf eine Preisänderung reagiert**. Man bezeichnet das Angebot als *elastisch*, wenn **Preisänderungen relativ große Mengenänderungen bewirken**. Das bedeutet, dass bei steigendem Preis von z.B. Milch viel mehr Milch angeboten wird.

Reagiert die Angebotsmenge dagegen kaum auf Preisänderungen, so gilt das Angebot als unelastisch. Anbieter würden bei einem steigenden Preis für Milch trotzdem kaum mehr Milch anbieten.

Die Preiselastizität des Angebots hängt von der **Flexibilität der Unternehmen** ab, die von ihnen produzierten Mengen zu ändern. So haben z. B. Strandgrundstücke an bayerischen Seen eine unelastische Angebotsfunktion, weil es nahezu ausgeschlossen ist, davon mehr anzubieten. Im Gegensatz dazu sind die Verkäufer von Gütern wie Büchern, Autos und Fernsehgeräten flexibel und können mehr anbieten; das Angebot ist preiselastisch. Die Unternehmen können - beispielsweise mit einer Variation der Maschinenlaufzeiten und Betriebszeiten - auf Preisänderungen reagieren.

Zeitraum

Für die meisten Märkte spielt der **Betrachtungszeitraum** bei der Preiselastizität eine Rolle: Auf **lange Sicht** ist das Angebot in der Regel **elastischer** als auf kurze Sicht. Geht es darum, **sofort auf einen Preisanstieg zu reagieren, mag das für viele Unternehmen sogar unmöglich sein**, kurzfristig mehr Milch zu produzieren. Jedoch haben sie einen gewissen Spielraum. So kann es beispielsweise **einen Monat dauern, um zusätzliche Arbeitskräfte einzustellen, eine weitere Melkmaschine zu kaufen etc.** Danach kann eine gewisse Erhöhung der Angebotsmenge realisiert werden. Grundsätzlich ist aber anzumerken, dass die **Angebotsmenge kurzfristig eher unelastisch** ist.

Anders verhält es sich bei längeren Zeiträumen. Die Unternehmen können neue Fabriken bauen oder alte Werke schließen. Folglich kann die Angebotsmenge langfristig auf Preisänderungen häufig reagieren, dann wird sie *elastischer*.

Die Mobilität der Produktionsfaktoren

Einige Konzerne mit Werken in verschiedenen Ländern lassen diese Werke mittlerweile identisch bauen. Sollte es **in einem Werk zu einer Störung kommen, kann der Produktionsprozess auf diese Weise in ein anderes Werk verlegt** und die Produktion dort »nahtlos« fortgeführt werden, mit kaum Ausfällen (**Angebot ist elastisch**). Automobilhersteller bieten ein Beispiel für diese Austauschbarkeit von Produktionsbereichen und -prozessen. Dies gilt zum Beispiel für einige Modelle von Audi, VW, Seat und Skoda.

Vergleicht man dieses Beispiel mit dem Angebot an professionalisierten Ärzten für Zahnmedizin. Ein Einkommensanstieg bei Zahnärzten bedeutet nicht, dass Allgemeinmediziner oder andere Fachärzte einfach

zur Zahnmedizin wechseln könnten, um vom Einkommensanstieg zu profitieren und das Angebot an Zahnarzt-Dienstleistungen zu erhöhen. **In diesem Beispiel ist die Mobilität des Produktionsfaktors Arbeit begrenzt und daher ist das Angebot dieser spezialisierten Dienstleistung wahrscheinlich relativ *unelastisch*.**

Quelle: Gregory Mankiw: Grundlagen der Mikroökonomie (leicht verändert und gekürzt)

