

Opportunitätskosten

Inhalt	
Einführung.....	1
Extrinsisch vs Intrinsisch.....	1
Anreizmechanismus.....	1
Spannungsdreieck.....	2
Opportunitätskosten	2
Beispiel	2

Einführung

Der „homo oeconomicus“, der rational handelnde, gewinnorientierte Mensch (...) trifft seine Entscheidungen nach dem ökonomischen Prinzip und kann mit Hilfe von Anreizmechanismen (denken Sie an die typische Gehaltserhöhung) beeinflusst werden.

Extrinsisch vs Intrinsisch

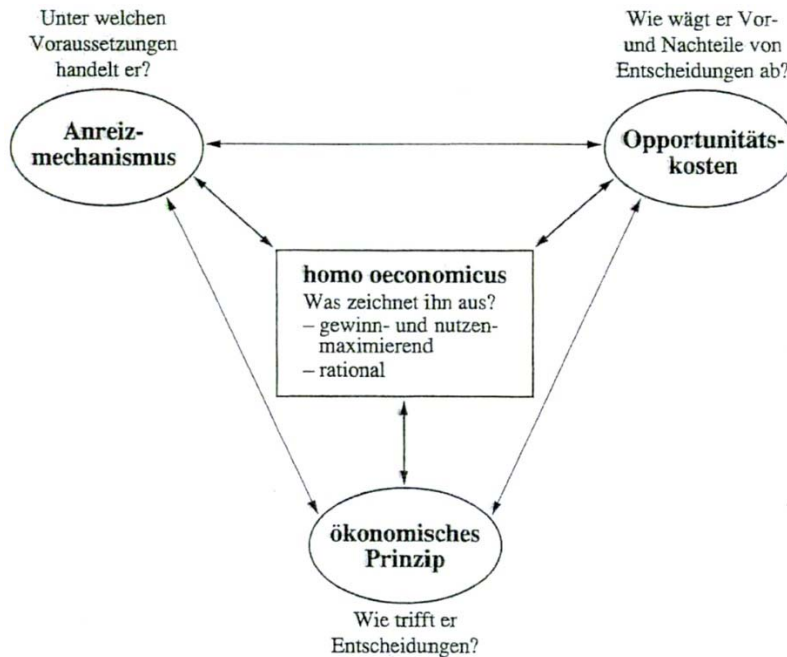
Am Beispiel „Gehaltserhöhung“ spüren Sie eine typische externe Reizstruktur, es sind extrinsische Reize, d.h. man wird damit solange gereizt bis es eben langweilig wird. Stellen Sie sich nun vor, Sie bekommen jeden Monat automatisch eine Gehaltserhöhung von 2.500 €, das sind im Jahr 30.000 € mehr. Im ersten Jahr.. das führen wir so weiter.. nach fünf Jahren haben Sie ein Gehaltszuwachs von 150.000 €. Nun macht Ihnen Ihr Chef ein Angebot: Sie bekommen für eine Überstunde 1.000 €, zu leisten am Samstag, an dem Sie mit Ihrer Familie eigentlich an die See fahren wollten – machen Sie die Überstunde?

Intrinsische Motivationsstrukturen sind dabei eher interessant, allerdings für beide Seiten! Das Unternehmen möchte den Werbeflyer noch vor dem Wochenende verschicken und verspricht sich damit mehr neue bzw. bessere Kunden.. Sie als Mitarbeiter der Marketingabteilung sind dafür zuständig und möchten zeigen, was Sie „drauf haben“...

Anreizmechanismus

- Besser intrinsisch als extrinsisch
- Was sind die Möglichkeiten des Anreizmechanismus?
- Was sind Anreizmechanismen?
- Welcher Anreizmechanismus ist „besser“, welcher „schlechter“?

Spannungsdreieck



Wir sehen hier ein Spannungsdreieck zwischen den wirkenden Anreizmechanismen, den unterschiedlichen Prinzipien der Wirtschaftlichkeit, hier das ökonomische Prinzip und den Opportunitätskosten in dem sich unser betrachteter Mensch befindet. Wie soll er handeln, was sind seine subjektiven Beweggründe... ?

Opportunitätskosten

Nehmen wir einmal an, Äpfel und Trauben kosten gleichviel. Eine Portion kostet je 1 €. Sie verfügen gerade über 1 €. Nun können Sie sagen, Äpfel kosten mich 1 €, das ist natürlich korrekt – allerdings können Sie jeweils nur Äpfel ODER Trauben kaufen, nicht beides.

Die Kosten, die für uns relevant sind, sind der entgangene Nutzen durch Verzicht auf die Alternative. Wenn Sie also Äpfel wählen, dann verzichten Sie auf Trauben und verzichten damit auf den Nutzen, den Sie hätten, wenn Sie Trauben kaufen würden. Dieser Nutzenentgang sind die für uns relevanten Kosten!

Damit haben wir die Opportunitätskosten, die Kosten der nächstbesten Alternative, manchmal auch Verzichtskosten genannt. Nehmen wir am o.g. Beispiel an, die Äpfel wären ausgegangen.. dann wäre in der Tat die nächstbeste Alternative, die Trauben zu kaufen.

Im betriebswirtschaftlichen Sinne entgeht uns damit allerdings ein Teil des Betrags für den Deckungsbeitrag, also ein Teil der Beträge, die mithelfen, die im Unternehmen angefallenen Fixkosten (groß) umzulegen. (Denken Sie dran, beim Deckungsbeitrag = 0 sind die variablen (klein) Kosten bereits gedeckt – zu 100 %. Der Betrag des Deckungsbeitrags symbolisiert damit die Fixkosten.

Nachdem wir nun aber ein ökonomisch handelndes Unternehmen (i.d.R. es sei denn, es ist der Staat) haben, das nur über begrenzte Ressourcen verfügt, können wir eben nur Äpfel ODER Trauben kaufen.

Beispiel

Nehmen wir einmal an, wir stellen eine Person vor die Wahl, ohne bezahlen zu müssen (!), ein Haus (Marktpreis) 500.000 € Wert oder einen Liter Mineralwasser (Marktpreis) 1 € Wert zu beziehen. Ganz klar, denken Sie, die Person wird das Haus nehmen. Und tatsächlich, in den meisten Fällen wird das Haus

gewählt. Jetzt machen Sie das Angebot aber einer Person in der Wüste, die kurz vor dem Verdursten ist. Diese Person wird nicht das Haus nehmen, sondern das Wasser.

Sie sehen, wenn wir nur den Marktpreis betrachten, dann können wir zwar erklären, weshalb die Person normalerweise das Haus nehmen würde, wir sind dann aber nicht mehr in der Lage, ihr Verhalten in der Wüste zu erklären. Wenn wir das Verhalten mit den Opportunitätskosten beschreiben, haben wir keine Probleme. Im Normalfall nimmt die Person das Haus und verzichtet auf den Nutzen des geschenkten Mineralwassers, d.h. sie muss sich die Flasche Mineralwasser selber kaufen, wenn sie will. Die Wahl des Hauses hat also einen Nutzenentgang von höchstens 1 € mit sich gebracht.

In der Wüste aber würde der Verzicht auf das Wasser einen viel höheren Nutzenentgang mit sich bringen. Es würde die Person das Leben kosten. Sie sehen, die Kosten für das Haus haben sich enorm erhöht. Einmal kostet es höchstens 1 €, in der Wüste kostet es das Leben. Die Kosten des Wassers sind in diesem Beispiel konstant geblieben. Wenn die Person sich für das Wasser entscheidet, muss sie sich das Haus selber kaufen, und das kostet sie 500.000 €. Die Kosten für die Flasche Mineralwasser liegen also nicht bei 1€, die dem Marktpreis entsprechen würden, sondern bei höchstens 500.000 €.

Normalerweise wird uns weder ein Haus noch Wasser geschenkt, noch hätten wir Mühe, uns in einem solchen Glücksfall zu entscheiden bzw. die Entscheidung zu beschreiben. Im Normalfall decken sich also die Marktpreise und die Kosten. Deswegen wenden wir in der Mehrzahl der Fälle das Konzept der Opportunitätskosten richtig an ohne groß zu überlegen.