

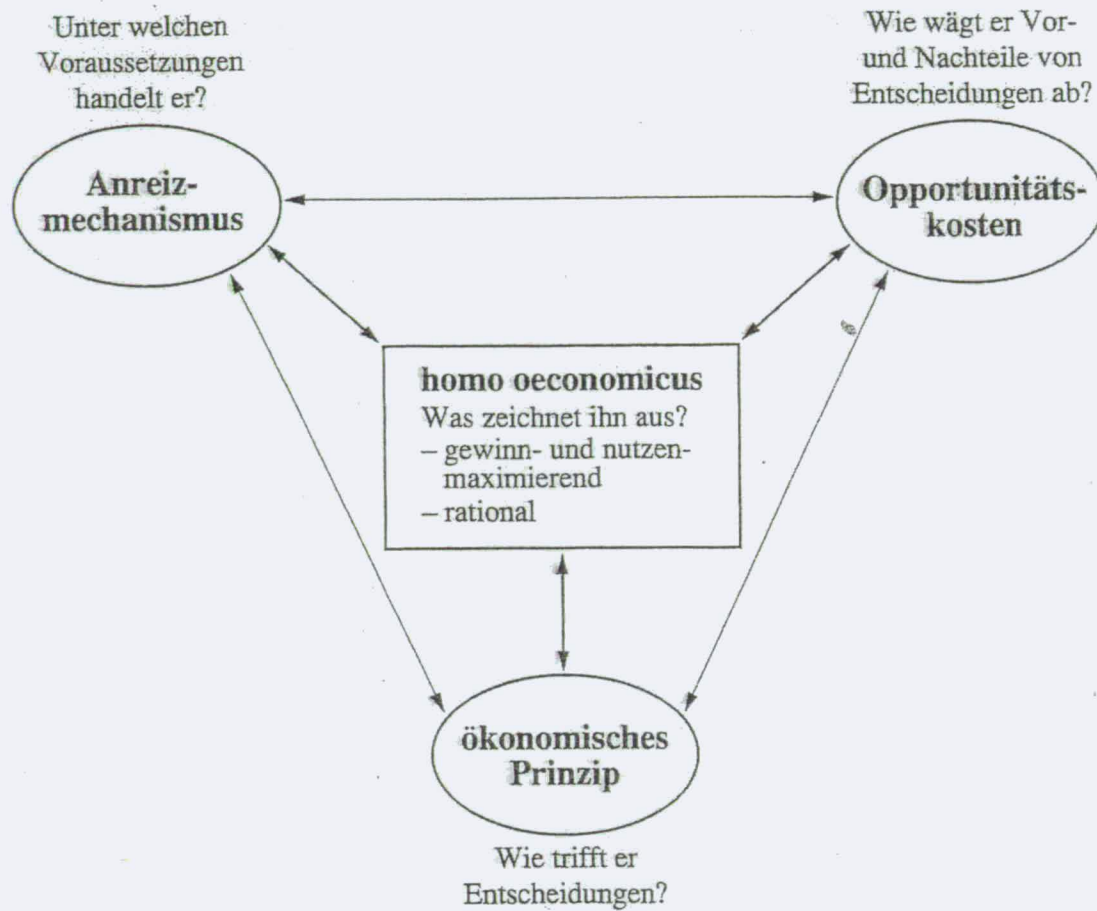


Abb. 5: Der homo oeconomicus trifft seine Entscheidungen nach dem ökonomischen Prinzip und kann mit Hilfe des Anreizmechanismus beeinflusst werden. Die Vor- und Nachteile der einzelnen Alternativen werden mit Hilfe der Opportunitätskosten abgewogen.

□ Opportunitätskosten.

Nehmen wir als Beispiel an, Äpfel und Trauben kosten gleichviel. Eine Portion kostet je DM/Fr. 1.– und Sie verfügen gerade über DM/Fr. 1.–. Jetzt können Sie sagen, Äpfel kosten mich DM/Fr. 1.–. Das klingt korrekt und doch sehen wir es in der Volkswirtschaft anders. 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.

Um Ihnen den Unterschied deutlich zu machen, wählen wir jetzt ein anderes Beispiel:

Nehmen wir an, wir stellen eine Person vor die Wahl, ohne bezahlen zu müssen, ein Haus (Marktpreis DM/Fr. 500 000.–) oder einen Liter Mineralwasser (Marktpreis DM/Fr. 1.–) 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 DM/Fr. 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 DM/Fr. 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 DM/Fr. 500 000.–. Die Kosten für die Flasche Mineralwasser liegen also nicht bei DM/Fr. 1.–, die dem Marktpreis entsprechen würden, sondern bei höchstens DM/Fr. 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, ohne groß zu überlegen, richtig an. In Sonderfällen müssen Sie sich das Konzept der Opportunitätskosten aber wieder in Erinnerung rufen.