

Theorie IV – Grenznutzen / Gesamtnutzen

ca. 30 Minuten

Grenznutzen

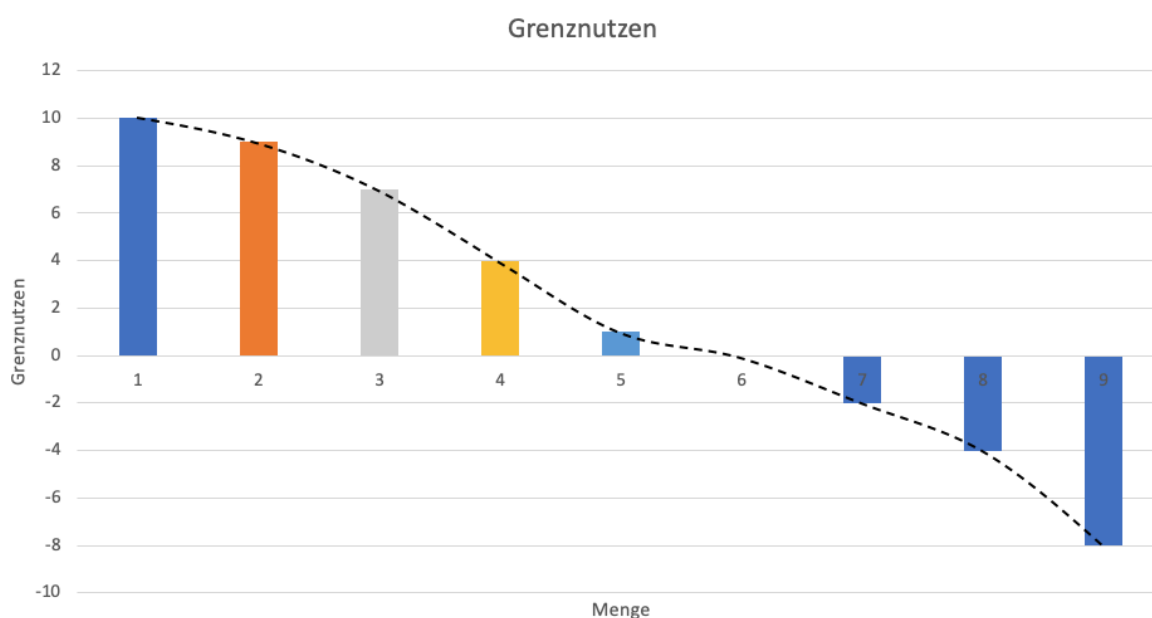
Erneut gehen wir von einer fiktiven Situation aus. Stelle dir vor, du bist an der Sense, du hast den ganzen Tag nichts gegessen und hast grossen Hunger. Nun kommt ein Schokoladenstängelverkäufer des Weges – du schlägst zu!

Schoggistängeli

Für das erste Schoggistängeli bist du bereit CHF 5 zu bezahlen. Nach diesem verspürst du immer noch Hunger, dein Bedürfnis ist noch nicht gestillt jedoch nicht mehr so hoch wie vor dem ersten. Für das zweite Schoggistängeli zahlst du noch CHF 4. Nun erhebt sich langsam ein Sättigungsgefühl, doch für ein drittes zahlst du noch CHF 3. Langsam bist du satt. Dir wird noch ein viertes und fünftes Schoggistängeli für CHF 2, respektive CHF 0.50 angeboten, welche du ergatterst. Nach dem Verzehr ist dein Bedürfnis nach Sättigung erreicht (Grenznutzen gleich Null). Du bist nicht bereit, weitere finanzielle Mittel für Schoggistängeli aufzuwenden. Für jedes weitere Schoggistängeli bist du sogar bereit zu bezahlen, damit du es nicht mehr verzehren musst. Diese Tendenz nimmt mit steigender Menge weiter zu. Der Nutzen wird negativ und negativer. Im normalen Leben in unserer Gesellschaft wird der Grenznutzen selten negativ, da wir die Freiheit haben, den Konsum beim Erreichen der Sättigung einzustellen.

In einer Tabelle, respektive Diagramm sieht das wie folgt aus:

Nutzen	riesig	gross	gross	mittel	mässig	klein	null	negativ	negativ	negativ
Menge	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9



Die erste konsumierte Einheit vermittelt die grösste Befriedigung, die zweite eine geringere, usw. Jede nachfolgende Einheit verschafft gegenüber der vorangehenden Einheit eine jeweils geringere Befriedigung.

Der Nutzen, der aus dem Konsum einer zusätzlichen Einheit hervorgeht, das heisst der Grenznutzen, nimmt ab. Ist er gleich Null, spricht man von Sättigung.

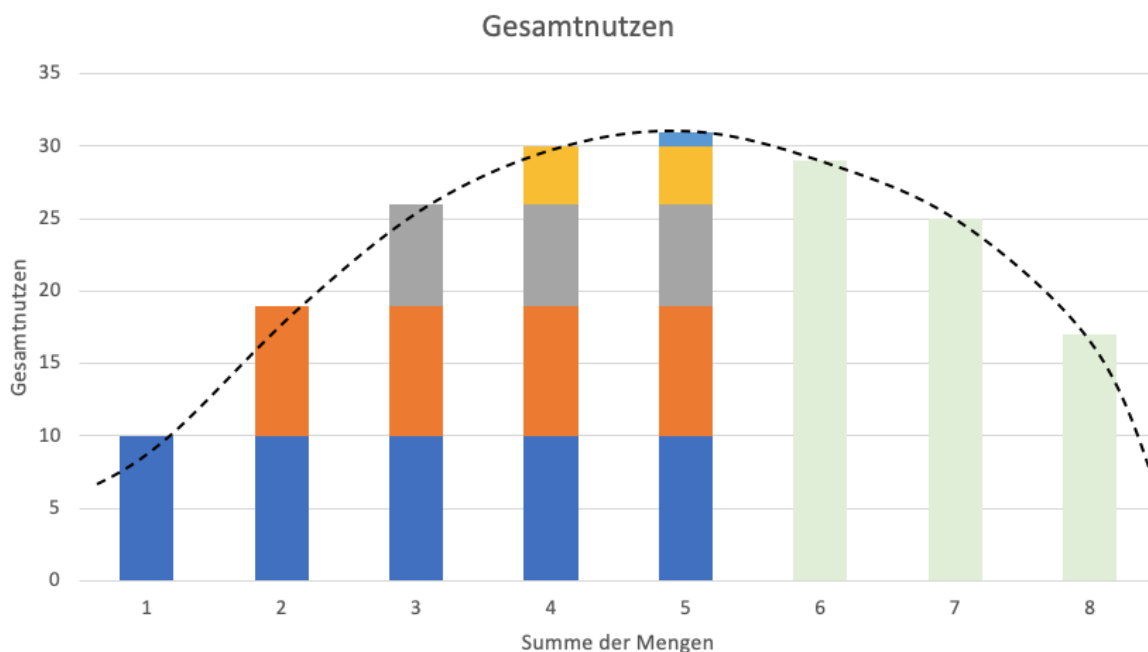
Hot Dog Stand

Im IKEA erwartet einen nach der Kasse (also nach getaner «Arbeit») der «MiniHotDog-Stand». Mit einer Einheit ist die Sättigung definitiv nicht erreicht. Aus diesem Grund und um auf Nummer sicher zu gehen, kaufen die meisten (ich eingeschlossen :-)) mehrere Einheiten. Da der Preis einer Einheit so gering ist, stellen wir uns nicht die Frage, ob das jetzt sein muss. Vergleichen wir dieses Verhalten mit einem HotDog-Stand in der Stadt Bern. Hier kostet eine Einheit CHF 5.50. Setzen wir den finanziellen Aufwand in Relation zum Nutzen der Bedürfnisstillung, so werden wir öfters auf die Einheit verzichten (Ich koche mir zu Hause etwas Feines). Obwohl unser Bedürfnis zu gleichem Masse gestillt wird, sind wir in der einen Situation (IKEA) bereit, und in der anderen Situation (Stadt Bern) nicht bereit, den finanziellen Aufwand zu betreiben (das Beispiel muss nicht immer zutreffen, doch ich hoffe du verstehst die Absicht dieses Beispiels).

Entscheidend ist nicht ausschliesslich die Situation, das «Setting» IKEA oder Stadt Bern. Gleichermassen nimmt unser finanzielles, mentales, soziales und familiäres «Setting» Einzug in unsere Entscheidung. In den Ferien sind wir gerne bereit uns Mal etwas zu gönnen. Sind wir gut gelaunt oder schlecht gelaunt. Haben wir soziale Probleme belohnen wir uns z.B. mit zusätzlichen kulinarischen Einheiten. Wie fühlen wir uns körperlich, fit und sportlich, träge und dick. Wie sieht es in unserem Portemonnaie aus, haben wir gerade eine Gratifikation erhalten oder der Kurs unserer Aktien ist gestiegen. All dies hat einen Einfluss auf unserer Kaufverhalten, auf unsere Bedürfnissättigung.

Betrachten wir den Gesamtnutzen

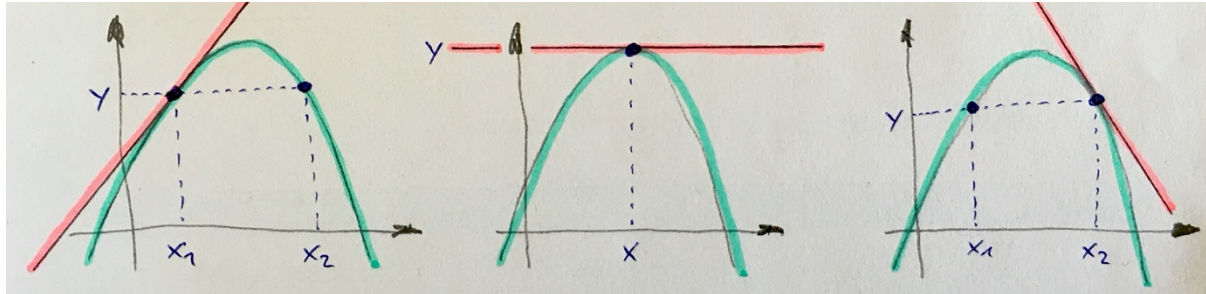
Türmen wir den zweiten Grenznutzen (orange) auf den ersten Grenznutzen (blau), so erhalten wir den Gesamtnutzen nach dem Konsum zweier Einheiten. Der Gesamtnutzen nach der dritten Einheit besteht aus dem Grenznutzen blau, orange und grau. Als Diagramm sieht das wie folgt aus:



Der Gesamtnutzen, ist der Nutzen, der durch den Konsum aller Einheiten entstanden ist. Entsteht durch den weiteren Konsum kein weiterer Nutzen mehr, so ist die Sättigung erreicht.

Schauen wir uns die Kurve an!

Der Sättigungspunkt ist hier nicht der Schnittpunkt mit der X-Achse, sondern der Scheitelpunkt der Parabel. Der Scheitelpunkt einer Parabel ist der Punkt wo die Steigung der Tangente an die Parabel die Steigung Null besitzt. Eine kleine Skizze zur Veranschaulichung:



Mathematisch formuliert: an dem Punkt der Parabel wo es nur eine Lösung für Y gibt, befindet sich der Scheitelpunkt. Sie kennen diesen Punkt von der Mitternachtsformel. Dort wo die Diskriminante Null ergibt, gibt es nur eine Lösung. Eine Lösung gibt es nur dann, wenn du dich am Scheitelpunkt befindest ☺ Juhuuuu! Der Scheitelpunkt kann am elegantesten via erste Ableitung berechnet werden (da weiss ich nicht, ob ihr das in der Mathepoche bei Jonas Iff behandelt habt). Wenn wir im Besitz der quadratischen Gleichung sind (Parabel) und diese beschreibt den Verlauf einer Bedürfnissättigung eines beliebigen Gutes, dann können wir den Sättigungspunkt berechnen.

Warum ist das von Bedeutung?

Die mathematische eindeutige Berechnung von Bedürfnissen und deren Sättigungen ist für Ökonomen und Marktforscher von Interesse. Ein Beispiel: ich habe eine kleine Holzwerkstatt und baue individuelle Möbel (jonasholz.ch – nicht als Werbeflatzierung). Nun habe ich mir viele Gedanken über die Preisgestaltung gemacht. In welchem Preissegment platziere ich mich? Mit der Platzierung in einem bestimmten Preissegment spreche ich ein bestimmtes Zielpublikum an. Die Möbel, welche ich baue sind für einen längeren Zeitraum konzipiert, erdacht und hergestellt. Wie im Asterix und Obelix Operation Hinkelstein – diese halten sich einfach ewig, daher kommt es auf dem Markt (Im Dorf) rasch zu einer Bedürfnissättigung. Dies ist bei Hot Dogs grundlegend unterschiedlich – das Bedürfnis Hunger erscheint jeden Tag aufs Neue. Zurück zum Möbel: nun möchte ich in den Bussen von BernMobil Werbung anbringen. Auf welchen Linien? In welchen Linien fährt mein Zielpublikum? Solche Fragestellungen sind grundlegend für den Erfolg eines Produktes entscheidend – überall.

Um einem Inuit ein Schneeabo zu verkaufen, hängt von vielen Faktoren ab.

Damit möchte ich Wirtschaftsgeographieteil abschliessen.